



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# Bollettino

Settimanale

Anno XXIV - n. 52

Publicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
19 gennaio 2015



## SOMMARIO

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	5
<b>C11975 – FERALPI SIDERURGICA-GRUPPO FERRERO/PRESIDER-METALLURGICA PIEMONTESE LAVORAZIONI</b>	
<i>Provvedimento n. 25241</i>	5
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	6
<b>AS1165 - ATTUAZIONE DELLA DISCIPLINA RELATIVA AL SISTEMA ETS, SISTEMA PER LO SCAMBIO DI QUOTE DI EMISSIONE DEI GAS A EFFETTO SERRA NELL'UNIONE EUROPEA, DA PARTE DELLO STATO ITALIANO</b>	6
<b>AS1166 - DETERMINA AIFA RELATIVA ALL'INSERIMENTO DEL FARMACO AVASTIN NELL'ELENCO DI CUI ALLA LEGGE N. 648/1996</b>	9
<b>AS1167 - PROBLEMATICHE CONCORRENZIALI NEL SETTORE DEL RISO</b>	10
<b>AS1168 - BANDO DI GARA PER LA STIPULA DI UN ACCORDO QUADRO FINALIZZATO ALLA FORNITURA DI SERVIZI DI RASSEGNA STAMPA E SERVIZI CONNESSI</b>	13
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	14
<b>PS8378 - RYANAIR-CALL CENTER A PAGAMENTO</b>	
<i>Provvedimento n. 25247</i>	14
<b>PS9350 - PERFOLINE-GLUCOBURNER E DECABURNER</b>	
<i>Provvedimento n. 25248</i>	47
<b>PS9451 - MERCEDES BENZ ITALIA - CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA</b>	
<i>Provvedimento n. 25249</i>	66
<b>PS9629 - ULIVETO/ROCCHETTA-PER LA SALUTE DIGESTIVA/UROLOGICA</b>	
<i>Provvedimento n. 25250</i>	73
<b>PS6871 - ALITALIA - ASSICURAZIONE E RIMBORSI</b>	
<i>Provvedimento n. 25252</i>	85
<b>PS9813 - SHOPPING MGM - MANCATA CONSEGNA PRODOTTO</b>	
<i>Avviso di avvio di procedimento istruttorio</i>	107
CLAUSOLE VESSATORIE	108
<b>CV89 - IMMOBILDREAM-CONTRATTI SETTORE IMMOBILIARE</b>	
<i>Provvedimento n. 25242</i>	108
<b>CV113 - CORPO VIGILI GIURATI-CONTRATTI SERVIZI DI VIGILANZA</b>	
<i>Provvedimento n. 25243</i>	140
<b>CV114 - I PRETORIANI-CONTRATTI SERVIZI DI VIGILANZA</b>	
<i>Provvedimento n. 25244</i>	160
VARIE	182
<b>BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ANNO FINANZIARIO 2015</b>	182
<i>Provvedimento n. 25253</i>	182



## OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

### **C11975 – FERALPI SIDERURGICA-GRUPPO FERRERO/PRESIDER-METALLURGICA PIEMONTESE LAVORAZIONI**

*Provvedimento n. 25241*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione effettuata dalla società Feralpi Siderurgica S.p.A. in data 1 dicembre 2014;

CONSIDERATO che Feralpi Siderurgica S.p.A., in data 12 dicembre 2014, ha comunicato il formale ritiro della comunicazione dell'operazione di concentrazione;

### DELIBERA

che non vi è luogo a provvedere.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

## ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

### **AS1165 - ATTUAZIONE DELLA DISCIPLINA RELATIVA AL SISTEMA ETS, SISTEMA PER LO SCAMBIO DI QUOTE DI EMISSIONE DEI GAS A EFFETTO SERRA NELL'UNIONE EUROPEA, DA PARTE DELLO STATO ITALIANO**

Roma, 13 gennaio 2015

Presidente del Consiglio dei Ministri  
Ministro dell'Economia e delle Finanze  
Ministro dello Sviluppo economico  
Ministro dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e  
del Mare

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito, l'Autorità), nella sua riunione del 19 dicembre 2014, ha ritenuto di formulare, ai sensi dell'articolo 21 della legge n. 287/90, alcune osservazioni in merito alle modalità di effettiva attuazione della disciplina relativa al sistema per lo scambio di quote di emissione dei gas a effetto serra nell'Unione europea (c.d. "Sistema ETS") da parte dello Stato italiano, con specifico riferimento all'articolo 10 *bis*, comma 6, della Direttiva n. 2003/87/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 ottobre 2003 (c.d. "Direttiva ETS"), come modificata dalla Direttiva n. 2009/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 23 aprile 2009.

In particolare, l'Autorità ha avuto modo di rilevare che l'attuazione della Direttiva ETS, come modificata dalla Direttiva n. 2009/29/CE, ha comportato un aumento dei costi, diretti ed indiretti, per gli operatori attivi nei settori e sottosettori che rientrano nell'ambito di applicazione della medesima normativa. L'aggravio di costi è risultato particolarmente oneroso per le industrie ad elevata intensità energetica, come la siderurgia, in quanto i produttori di energia elettrica hanno la capacità di trasferire integralmente ai propri clienti i costi inerenti all'acquisto delle quote di emissione. Al tempo stesso, dal momento che le imprese del settore fronteggiano anche la concorrenza di produttori situati in Paesi extra-UE, non possono a loro volta trasferire l'aumento dei costi alla propria clientela senza incorrere nella perdita di importanti quote di mercato. Ciò comporta il rischio del c.d. "*carbon leakage*" o "rilocalizzazione delle emissioni", ossia il rischio che le imprese comunitarie trasferiscano la propria produzione al di fuori dell'Unione europea in modo da non dover sostenere tali costi e poter rimanere competitive sul mercato.

La rilocalizzazione delle emissioni avrebbe a sua volta la conseguenza di vanificare il Sistema ETS-UE, comportando un incremento delle emissioni globali di gas a effetto serra a causa del trasferimento della produzione in Paesi che non hanno adottato discipline simili, nonché

comporterebbe rilevanti ripercussioni sulla competitività dell'industria europea e sui relativi livelli occupazionali.

Al fine di ovviare a tale rischio, riconosciuto a livello comunitario, la Direttiva n. 2009/29/CE citata, in particolare all'articolo 10 *bis*, comma 6, ha previsto misure specifiche per le imprese di taluni settori - tra i quali appunto quello siderurgico - consistenti in aiuti per compensare i costi delle emissioni integrati nei prezzi dell'energia elettrica in conseguenza del sistema ETS-UE (c.d. "emissioni indirette")<sup>1</sup>. L'art. 27, comma 2, del decreto legislativo 13 marzo 2013 n. 30, ha recepito l'articolo 10 *bis*, comma 6, della Direttiva ETS nell'ordinamento nazionale, prevedendo che: "*Il Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare e il Ministro dello sviluppo economico, può adottare, nei limiti degli stanziamenti assegnati, misure finanziarie a favore di settori o di sottosettori considerati esposti a un rischio elevato di rilocalizzazione delle emissioni di carbonio a causa dei costi connessi alle emissioni di gas a effetto serra trasferiti sui prezzi dell'energia elettrica, al fine di compensare tali costi e ove tali misure finanziarie siano conformi alle norme sugli aiuti di Stato applicabili in tale ambito*"<sup>2</sup>.

L'Autorità rileva come la mancata successiva effettiva definizione in Italia di tali misure finanziarie compensative, a fronte del fatto che altri Stati membri - tra cui Germania, Inghilterra, Spagna e Olanda - hanno già adottato misure finanziarie ai sensi dell'articolo 10 *bis*, comma 6, della Direttiva ETS (quindi consentendo alle imprese siderurgiche ubicate nei rispettivi territori di beneficiare di aiuti finanziari *ad hoc* determinati sulla base dei criteri dettati dalla Commissione), determina una chiara distorsione della concorrenza nella forma di una differente implementazione della normativa ETS nei diversi Stati membri dell'Unione europea ed in particolare, per quanto di interesse dell'Autorità, un evidente svantaggio competitivo per le imprese italiane nei confronti dei concorrenti comunitari che beneficino di un programma di misure compensative predisposte dallo Stato membro nel cui territorio sono situati.

Si consideri, a tal riguardo, per ciò che concerne la generalità dei prodotti siderurgici, che il mercato rilevante di riferimento - sia nella prassi applicativa dell'Autorità che della Commissione - , è considerato avere dimensioni geografiche almeno coincidenti con l'Unione Europea, potendosi quindi sicuramente osservare come l'applicazione diversificata da parte degli Stati membri della Direttiva ETS comporti una distorsione concorrenziale apprezzabile ai sensi del diritto *antitrust* sul mercato europeo.

---

<sup>1</sup> In particolare l'articolo 10 *bis*, comma 6, della Direttiva ETS ha previsto la possibilità per gli Stati membri di "*adottare misure finanziarie a favore di settori o sottosettori considerati esposti a un rischio elevato di rilocalizzazione delle emissioni di carbonio a causa dei costi connessi alle emissioni di gas a effetto serra trasferiti sui prezzi dell'energia elettrica, al fine di compensare tali costi e ove tali misure finanziarie siano conformi alle norme sugli aiuti di Stato applicabili e da adottare in tale ambito (...)*".

<sup>2</sup> La Commissione europea ha adottato a tal proposito una specifica comunicazione contenente "*Orientamenti relativi a determinati aiuti di Stato nell'ambito del sistema per lo scambio di quote di emissione dei gas a effetto serra dopo il 2012*", con cui ha fissato i criteri sulla base dei quali la stessa valuta la compatibilità delle misure di sostegno adottate dagli Stati membri con la disciplina in materia di aiuti di Stato.

L'Autorità auspica che le osservazioni sopra esposte, miranti ad accrescere il livello di concorrenzialità dei mercati in questione, ed in particolare la capacità delle imprese italiane di competere efficacemente nei confronti dei propri *competitors* comunitari, vengano tenute in debita considerazione da Codeste Spettabili Amministrazioni, e che le stesse valutino la possibilità di introdurre effettivamente anche in Italia misure di compensazione ai sensi dell'art. 27, comma 2, del decreto legislativo 13 marzo 2013 n. 30, di recepimento dell'articolo 10 *bis*, comma 6, della Direttiva ETS.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---



**AS1166 - DETERMINA AIFA RELATIVA ALL'INSERIMENTO DEL FARMACO AVASTIN NELL'ELENCO DI CUI ALLA LEGGE N. 648/1996**

Roma, 13 gennaio 2015

Ministero della Salute  
Agenzia Italiana del Farmaco

Nell'esercizio del potere di segnalazione di cui all'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nella sua adunanza del 19 dicembre 2014 ha inteso formulare alcune osservazioni in merito ad alcune disposizioni contenute nella determina AIFA del 23 giugno 2014, relativa all'inserimento del farmaco "Avastin" nell'elenco di cui alla legge n. 648/96. In particolare, l'art. 2, lettera b), della determina appare sollevare criticità concorrenziali nella misura in cui prevede che, a fronte dell'inserimento dell'Avastin nella c.d. "lista di trasparenza", la somministrazione di tale farmaco per uso intravitreale *"dovrà essere riservata a centri oculistici ad alta specializzazione presso ospedali pubblici individuati dalle Regioni"*.

Una simile limitazione all'uso del farmaco solo negli ospedali pubblici comporta, per le strutture ospedaliere private, il necessario ricorso al farmaco Lucentis che – come noto - ha un prezzo estremamente più elevato, rendendo in tal modo non competitiva l'offerta delle strutture private, anche ove convenzionate, con quelle pubbliche, in tal modo attuando una ingiustificata discriminazione tra strutture pubbliche e private.

Si evidenzia, infatti, che la scelta effettuata non risulta motivata da giustificazioni tecniche o sanitarie, anche alla luce del parere espresso, in data 15 aprile 2014, dal Consiglio Superiore di Sanità che ha raccomandato l'uso del farmaco Avastin in *"centri di alta specializzazione"*, non fornendo alcuna indicazione sulla natura pubblica o privata degli stessi.

L'Autorità auspica, pertanto, che - in assenza di motivazioni alla discriminazione segnalata, al momento non presenti nella determina in parola - la stessa sia prontamente modificata eliminando il profilo discriminatorio evidenziato tra soggetti pubblici e privati, al fine di garantirne la neutralità concorrenziale nei confronti delle strutture - centri ad alta specializzazione - autorizzate all'utilizzo e alla somministrazione del farmaco Avastin per uso intravitreale.

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

**AS1167 - PROBLEMATICHE CONCORRENZIALI NEL SETTORE DEL RISO**

Roma, 13 gennaio 2015

Presidente del Consiglio dei Ministri  
Ministro dello Sviluppo Economico  
Ministro delle Politiche Agricole e Forestali  
Ente Nazionale Risi  
Camera di Commercio di Pavia  
Camera di Commercio di Milano  
Camera di Commercio di Novara  
Camera di Commercio di Mortara  
Camera di Commercio di Vercelli

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito Autorità), nell'esercizio del potere di segnalazione di cui all'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, intende formulare alcune osservazioni su talune problematiche concorrenziali riscontrate nel mercato italiano del riso, le quali contribuiscono a minarne la competitività internazionale in un momento in cui la liberalizzazione delle importazioni di riso Indica dai paesi meno avanzati e la rimodulazione degli aiuti comunitari hanno esposto in modo crescente il settore alle importazioni di prodotti a basso prezzo.

In particolare, le principali criticità concorrenziali appaiono legate prevalentemente alle modalità di gestione e di governo delle istituzioni che sovrintendono al funzionamento del mercato all'ingrosso del riso: le Borse Merci e l'Ente Nazionale Risi. Tali modalità facilitano il coordinamento tra gli operatori dell'industria di trasformazione, caratterizzata da un assetto stabilmente oligopolistico e da un elevato potere contrattuale nei confronti dei produttori di materia prima.

Per quanto riguarda le Borse Merci<sup>1</sup>, in primo luogo si osserva che la coesistenza a tutt'oggi di diverse piazze fisiche locali, ciascuna delle quali tratta volumi modesti - soprattutto se comparati con i flussi internazionali - con quotazioni fissate in ambito locale, appare un ostacolo al corretto svolgimento del processo concorrenziale. Infatti, il volume degli scambi trattati in una piattaforma è una variabile cruciale per il corretto funzionamento del mercato, perché maggiore è il volume degli scambi più è difficile influenzare "artificialmente" il naturale meccanismo di formazione dei prezzi che scaturisce dalla libera interazione della domanda e dell'offerta. A ciò deve aggiungersi, inoltre, la sostanziale assenza di un mercato a termine per il riso, che non consente agli operatori di

---

<sup>1</sup> Le principali piazze "fisiche" (Pavia, Mortara, Vercelli, Novara e Milano) e la più recente Borsa Merci Telematica Italiana sono tuttora organizzate intorno al modello di tipo pubblicistico individuato dalla legge n. 20 marzo 1913 n. 272, recante "Ordinamento delle Borse di commercio, l'esercizio della mediazione e le tasse sui contratti di Borsa", che dispone un potere di vigilanza in capo al Ministero dello Sviluppo Economico

compiere operazioni idonee a contenere i rischi di prezzo, trasferendoli in parte significativa ad intermediari specializzati, con inevitabili ripercussioni sul funzionamento efficiente del mercato borsistico.

In questo contesto, la situazione è resa ancora più problematica dai criteri di formazione dei listini prezzi nelle Borse Merci, dove le quotazioni non necessariamente scaturiscono dall'incontro spontaneo tra domanda ed offerta ma sono invece il frutto delle rilevazioni settimanali dei prezzi realizzate dalle c.d. "Commissioni prezzi", in cui siedono rappresentanti dei produttori di riso e dell'industria di trasformazione, oltre che dei mediatori. Di più, la rappresentatività delle diverse categorie interessate - fissata dallo Statuto - appare alterata dalla presenza ultronea di un rappresentante dell'Ente Nazionale Risi; tale circostanza, tenuto conto della *governance* dell'Ente - ai cui vertici siedono anche i rappresentanti delle imprese leader dell'industria di trasformazione - e dei compiti ad esso affidati - i quali richiedono anche la disponibilità di informazioni sensibili - può privilegiare gli interessi dell'industria di trasformazione, incarnando l'ENR al suo interno un conflitto di interessi già evidenziato dall'Autorità in una precedente segnalazione relativa all'attività sementiera<sup>2</sup>.

Un altro possibile conflitto di interesse, con conseguente ulteriore incentivo al coordinamento dei trasformatori all'interno delle Commissioni prezzi, può riguardare i rappresentanti dei mediatori nominati nelle Commissioni prezzi nei casi in cui questi ultimi ricevono dai rappresentanti dell'industria una remunerazione più elevata di quella percepita dai produttori.

Alla luce delle considerazioni che precedono, appare opportuno intervenire sulle modalità di organizzazione e funzionamento delle istituzioni che sovrintendono al mercato all'ingrosso del riso al fine di rimuovere le sopradette criticità concorrenziali. A tal fine, occorrerebbe: 1) rimuovere le "Commissioni prezzi", istituti idonei a falsare il naturale meccanismo di formazione dei prezzi del riso presso le Borse Merci, esponendolo in particolare al rischio di azioni coordinate da parte degli operatori dell'industria di trasformazione, concentrati e presumibilmente sovra-rappresentati, anche attraverso la presenza di un esponente dell'Ente Nazionale Risi. In questa prospettiva, sarebbe auspicabile il passaggio da una pluralità di borse merci locali ad un'unica borsa merci a livello nazionale, possibilmente ispirandosi ad un modello di stampo privatistico o quantomeno rafforzando l'esistente Borsa Merci Telematica Italiana, e dotando altresì la borsa unica degli strumenti necessari a sviluppare la contrattazione a termine accanto a quella a pronti; 2) ripensare in chiave pro-concorrenziale il ruolo dell'Ente Nazionale Risi, istituito da una disciplina normativa ormai troppo risalente, riorganizzandolo intorno alle sole funzioni di promozione diretta dell'intero comparto (ad esempio, ricerca pura, campagne di promozione del riso italiano, ecc.).

---

<sup>2</sup> Cfr. Segnalazione AS425 *Statuto Ente Nazionale Risi* del 30 ottobre 2007. La segnalazione si soffermava in particolare sull'art. 2, punto 15, del nuovo Statuto dell'Ente il quale stabiliva che l'ente potesse gestire, in forma diretta o attraverso forme di collaborazione, l'attività sementiera commerciale. La formulazione dello Statuto è stata successivamente modificata, con l'eliminazione della parola "commerciale". Permangono tuttavia le perplessità concorrenziali connesse con lo svolgimento da parte dell'ENR della parte di attività sementiera meno collegata all'attività di ricerca vera e propria e con risvolti più propriamente di natura commerciale.

L'Autorità auspica che i suesposti rilievi siano tenuti in adeguata considerazione al fine di condurre ad uno sviluppo maggiormente concorrenziale del mercato italiano del riso, circostanza che contribuirebbe ad aumentare la competitività internazionale del settore, obiettivo irrinunciabile per fronteggiare la crescente esposizione all'andamento dei mercati mondiali.

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

**AS1168 - BANDO DI GARA PER LA STIPULA DI UN ACCORDO QUADRO  
FINALIZZATO ALLA FORNITURA DI SERVIZI DI RASSEGNA STAMPA E SERVIZI  
CONNESSI**

Roma, 27 novembre 2014

Ministero dell'Economia e delle  
Finanze  
Consip S.p.A.

Con riferimento alla richiesta di parere, formulata ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, da codesto Ministero, concernente la documentazione di gara per la stipula di un Accordo Quadro finalizzato all'affidamento di servizi di Rassegna Stampa e Servizi Connessi, predisposta dalla Concessionaria Servizi Informatici Pubblici – Consip S.p.A., si comunica che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua adunanza del 12 novembre 2014, ha ritenuto che le previsioni contenute in tali bozze siano sostanzialmente conformi agli orientamenti espressi da questa Autorità in materia di bandi di gara predisposti da Consip<sup>1</sup>.

Tuttavia, in merito al numero di operatori massimo ammesso alla stipula dell'Accordo Quadro e, quindi, alla partecipazione agli appalti specifici, l'Autorità sottolinea la necessità che esso, pur garantendo la selezione qualitativa degli operatori e l'efficientamento delle successive procedure di gara, non sia tale da restringere ingiustificatamente l'accesso all'assegnazione degli appalti specifici, limitando in tal modo il gioco competitivo. Si rimette alla valutazione di Consip l'individuazione del numero di operatori congruo a rispettare l'esigenza sopra evidenziata.

In ogni caso, l'Autorità si riserva di valutare gli esiti della gara, ove nel corso del suo svolgimento emergano elementi suscettibili di configurare illeciti anticoncorrenziali.

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

<sup>1</sup> AS251 – BANDI PREDISPOSTI DALLA CONCESSIONARIA SERVIZI INFORMATICI PUBBLICI - CONSIP S.P.A., parere pubblicato sul Bollettino dell'Autorità n. 5/2003.

## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### PS8378 - RYANAIR-CALL CENTER A PAGAMENTO

Provvedimento n. 25247

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 di euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinqüiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTI gli atti del procedimento;

### I. LE PARTI

**1. Ryanair Ltd.** (di seguito, anche "Ryanair"), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo, con sede legale nella Repubblica d'Irlanda, ha per oggetto principale l'esercizio di linee e collegamenti aerei per il trasporto di persone e cose in Italia, fra l'Italia e Paesi esteri e in Paesi esteri. Ryanair è una compagnia aerea "*low cost*" che opera con una flotta di oltre 300 Boeing 737-800<sup>1</sup> ed è il secondo vettore italiano per numero di passeggeri trasportati nel 2013 (23,04 milioni)<sup>2</sup>. Il fatturato complessivo realizzato da Ryanair nell'ultimo esercizio fiscale (2012/2013) è stato pari a circa 4,9 miliardi di euro, con una crescita del 13% rispetto all'esercizio precedente<sup>3</sup>.

**2. Federconsumatori**, in qualità di segnalante, è un'associazione senza finalità di lucro, attiva su tutto il territorio nazionale con una rete capillare, che ha come scopo esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori e degli utenti quali, tra gli altri, il diritto ad un'informazione adeguata e ad una pubblicità corretta, oltre che il diritto alla correttezza, trasparenza ed equità nei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi.

<sup>1</sup> Cfr. <http://www.ryanair.com/it/about/fleet>.

<sup>2</sup> Fonte: <http://www.enac.gov.it>

<sup>3</sup> Fonte: [http://www.ryanair.com/doc/investor/2013/final\\_annual\\_report\\_2013\\_130731.pdf](http://www.ryanair.com/doc/investor/2013/final_annual_report_2013_130731.pdf).

## II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il procedimento concerne la condotta posta in essere da Ryanair in merito alle modalità di assistenza offerte ai passeggeri nella fase di esecuzione contrattuale in relazione all'esercizio di specifici diritti o prerogative associate al titolo di viaggio, che di fatto inducono il passeggero a rivolgersi ad un servizio di *call center* a pagamento, introducendo un onere non previamente determinabile e idoneo a ostacolarne l'effettivo esercizio.

4. In particolare, nel periodo 2012-2014, anche successivamente all'avvio del presente procedimento, numerosi consumatori ed associazioni consumeristiche hanno segnalato la presunta scorrettezza della condotta di Ryanair consistente nell'aver indotto e/o costretto i passeggeri a contattare una numerazione telefonica a sovrapprezzo, senza rendere disponibili canali alternativi di assistenza effettivi e meno gravosi, in relazione alle seguenti specifiche richieste di assistenza: (a) assistenza speciale per passeggeri con disabilità o a mobilità ridotta ("PMR")<sup>4</sup>; (b) scelta del volo sostitutivo a seguito della variazione del volo da parte del vettore<sup>5</sup>; (c) facoltà di modifica del volo prenotato (cambio di data, nominativo e/o tratta del volo)<sup>6</sup>, anche in relazione alla possibilità di correggere "errori minori" di prenotazione entro le c.d. "24 ore di grazia"<sup>7</sup>; (d) utilizzare *bonus* di credito o *voucher* emessi dal vettore a ristoro di un pregiudizio subito<sup>8</sup>; (e) altre richieste di assistenza, riguardanti l'associazione di un passeggero minore di anni 16 ad una prenotazione esistente<sup>9</sup>, l'emissione di fatture commerciali<sup>10</sup> e la restituzione di somme erroneamente addebitate al cliente al momento della prenotazione<sup>11</sup>.

---

<sup>4</sup> Alcuni consumatori hanno segnalato di aver dovuto contattare una numerazione speciale a sovrapprezzo al fine di procedere al *check-in on-line* e alla conseguente stampa della carta di imbarco, in relazione a prenotazioni effettuate per passeggeri a mobilità ridotta (docc. nn. 50, 53 e 56). In particolare, i segnalanti hanno rappresentato che successivamente alla prenotazione di un posto per il quale si segnala la necessità di assistenza speciale, il sistema informatico non consentirebbe di effettuare il *check-in on-line*, ma richiederebbe di contattare il centro prenotazioni al fine di sbloccare manualmente la procedura, ottenere l'assegnazione del posto sul volo e consentire al passeggero, infine, la stampa della carta di imbarco da presentare obbligatoriamente all'aeroporto. Inoltre, dopo aver effettuato l'acquisto del biglietto, il passeggero sarebbe stato invitato a contattare il servizio di assistenza di Ryanair al fine di comunicare la tipologia di assistenza richiesta. Peraltro, secondo i segnalanti, i costi riportati sul sito internet del vettore non corrisponderebbero a quelli comunicati nel messaggio vocale pre-registrato diffuso all'inizio della conversazione (doc. n. 51).

<sup>5</sup> In particolare, i segnalanti hanno lamentato che nella *e-mail* con cui il professionista notifica al passeggero la variazione degli orari del volo acquistato, Ryanair consentirebbe unicamente di accettare, tramite procedura *on-line*, i nuovi orari proposti, mentre, nel caso in cui il passeggero intenda scegliere un volo diverso da quello proposto, non sarebbe disponibile analogo procedura telematica, ma lo stesso sarebbe invitato a contattare l'assistenza clienti tramite il *call center* a pagamento, sostenendo un ulteriore esborso economico (cfr. docc. nn. 48 e 52). Ciò sarebbe avvenuto anche in caso di annullamento del volo, laddove, al fine di esercitare il diritto di protezione e richiedere l'emissione di un nuovo biglietto, il passeggero sarebbe stato indirizzato a contattare il *call center* a pagamento del vettore, stante l'indisponibilità di altri canali (cfr. docc. nn. 22 e 24).

<sup>6</sup> In numerose segnalazioni, i passeggeri lamentano di essere stati di fatto costretti a contattare il *call center* a pagamento al fine di esercitare il diritto alla modifica della prenotazione, attribuito al passeggero dalle condizioni generali di trasporto o dalla specifica regola tariffaria, così spendendo una cifra considerevole, che si aggiungerebbe alle specifiche penali previste dal vettore in relazione alla modifica della prenotazione (docc. nn. 27, 32, 34, 43, 45, 47 e 57, 58).

<sup>7</sup> Secondo i segnalanti, il servizio di *call center* a pagamento sarebbe l'unico canale di contatto effettivo e disponibile anche nei casi in cui si debba procedere alla correzione di minimi errori commessi durante la compilazione dei moduli di prenotazione (docc. nn. 6, 30, 54, 55, 59 e 60) e la stessa sia richiesta entro il periodo di 24 ore durante il quale il vettore consentirebbe la possibilità di correggere errori minori nella prenotazione (cfr. docc. nn. 45, 47 e 57).

<sup>8</sup> Dalle segnalazioni emerge che il passeggero sarebbe costretto a rivolgersi al *call center* anche nel caso voglia utilizzare un *bonus* di credito (o altra tipologia di *voucher* gratuito), attribuito dal vettore a fini promozionali o come ristoro di un disagio subito in relazione ad una prenotazione effettuata. In tali casi, infatti, non sarebbero previsti canali alternativi tramite i quali utilizzare i *bonus* concessi.

<sup>9</sup> Cfr. le segnalazioni *sub* docc. nn. 1 e 2.

<sup>10</sup> Cfr. le segnalazioni *sub* docc. nn. 29 e 46.

<sup>11</sup> Cfr. le segnalazioni *sub* docc. nn. 7 e 41.

5. In relazione alle facoltà e prerogative menzionate, i consumatori lamentano inoltre una scarsa trasparenza in merito alla necessità di contattare il *call center* a pagamento al fine di esercitare le medesime. Al momento della prenotazione, infatti, il vettore non fornirebbe al passeggero una chiara e completa informativa circa i canali realmente disponibili attraverso i quali esercitare i diritti loro attribuiti dal contratto di trasporto e sarebbero indotti a ritenere di poter gestire la propria prenotazione *on-line*.

6. Infine, i consumatori evidenziano l'estrema onerosità del servizio di assistenza telefonica, come derivante dalle elevate tariffe minutarie, dalle lunghe attese necessarie prima di poter parlare con un operatore del professionista, nonché dai disagi correlati alla procedura di sblocco delle linee telefoniche di rete fissa al fine di contattare le numerazioni a sovrapprezzo utilizzate dal vettore. In molti casi, le difficoltà incontrate avrebbero finanche indotto i medesimi a rinunciare ad esercitare i diritti e le prerogative contrattuali, preferendo effettuare una nuova prenotazione, piuttosto che sostenere ulteriori costi di contatto del *call center*.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L'iter del procedimento*

7. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 6 giugno 2014 è stato comunicato al professionista l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8378 per possibile violazione degli artt. 20, co. 2 e 3, 21, co. 1, lett. b)-g), 22, 24 e 25, co. 1, lett. d) del Codice del Consumo<sup>12</sup>. In tale sede veniva, in particolare, ipotizzata la scorrettezza del comportamento del professionista che avrebbe indotto i passeggeri a contattare il servizio di assistenza post-vendita offerto tramite *call center*, raggiungibile esclusivamente su numerazioni non geografiche a sovrapprezzo, così condizionando ad un onere aggiuntivo e non previamente determinabile l'esercizio di una pluralità di diritti contrattuali, per i quali non sarebbero di fatto disponibili canali alternativi non onerosi.

8. Il professionista effettuava un primo accesso agli atti in data 27 giugno 2014<sup>13</sup> e, a seguito di istanza di proroga<sup>14</sup>, depositava in data 18 luglio 2014 una documentata nota di riscontro alle richieste di informazioni contenute nella comunicazione di avvio del procedimento<sup>15</sup>.

9. In data 15 luglio 2014, l'Autorità inviava alle competenti autorità irlandesi (*Department of Enterprise, Trade and Innovation Competition and Consumer Policy Section* e *National Consumer Agency*) la comunicazione prevista ai sensi dell'art. 5 del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70<sup>16</sup>.

10. Il 25 luglio 2014, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di contestazione, richiedendo al contempo di essere sentita in audizione<sup>17</sup>.

11. L'Autorità ha valutato e rigettato gli impegni nell'adunanza del 17 settembre 2014, comunicando la relativa decisione al professionista in data 19 settembre 2014<sup>18</sup>.

---

<sup>12</sup> Doc. n. 63. La medesima comunicazione ha raggiunto, in pari data, la Federconsumatori Sardegna, in qualità di parte del presente procedimento.

<sup>13</sup> Doc. n. 70.

<sup>14</sup> Doc. n. 66.

<sup>15</sup> Doc. n. 77.

<sup>16</sup> Recante "Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società di informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico"; v. doc. n. 76.

<sup>17</sup> Doc. n. 78.

<sup>18</sup> Doc. n. 85.



12. In data 29 ottobre 2014 è stata comunicato a Ryanair il termine di chiusura della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

13. In data 30 ottobre 2014, a seguito di istanza pervenuta in data 13 ottobre 2014, Ryanair accedeva una seconda volta agli atti del fascicolo<sup>19</sup> e successivamente, in data 13 novembre 2014, il professionista è stato sentito, su sua richiesta, in audizione<sup>20</sup>.

14. In data 14 novembre 2014, il professionista presentava una memoria conclusiva ed un'ulteriore comunicazione informativa<sup>21</sup>.

15. Il 18 novembre 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, successivamente pervenuto in data 18 dicembre 2014<sup>22</sup>.

## 2) *Le evidenze acquisite*

### **2.1) Premessa: organizzazione e modalità di funzionamento dei servizi di assistenza ai consumatori italiani e, in particolare, del call center**

16. Sulla base delle informazioni acquisite d'ufficio<sup>23</sup> e dei riscontri forniti dal professionista<sup>24</sup> è emerso che il servizio di assistenza ai clienti tramite *call center* è raggiungibile tramite tre numerazione a sovrapprezzo: (i) la linea di assistenza ordinaria (895.895.8989), contattabile per fornire assistenza in merito alle questione di ordine generale e nella fase relativa alle prenotazioni<sup>25</sup>; (ii) la linea di assistenza prioritaria (895.969.7900), introdotta per fornire assistenza urgente durante la fase di prenotazione *online*<sup>26</sup>; (iii) la linea dedicata all'assistenza speciale (895.895.0807) introdotto per fornire assistenza per questioni relative al trasporto di passeggeri disabili o con mobilità ridotta<sup>27</sup>.

17. Oltre ad essere soggetti ad orari di apertura<sup>28</sup>, le numerazioni utilizzate da Ryanair per offrire l'assistenza ai passeggeri sono esclusivamente di tipo non geografico, a sovrapprezzo e con addebito al chiamante (in particolare, con prefisso 895 a sei cifre<sup>29</sup>), con la duplice conseguenza di: (i) sottostare ad un limite tariffario oltre il quale il gestore telefonico non può continuare ad

---

<sup>19</sup> Docc. nn. 88 e 92.

<sup>20</sup> Doc. n. 95.

<sup>21</sup> Docc. nn. 93 e 94. Ulteriori comunicazioni integrative sono state effettuate dal professionista successivamente alla chiusura della fase istruttoria, in data 25 novembre e 4 dicembre 2014.

<sup>22</sup> Docc. nn. 97 e 101.

<sup>23</sup> In particolare, docc. nn. 61 e 64.

<sup>24</sup> Cfr. le informazioni fornite con la memoria di risposta del 18 luglio 2014, doc. n. 77 ("Risposta").

<sup>25</sup> La tariffa indicata è pari a 0,12€ di scatto alla risposta e 0,98€ al minuto di conversazione da rete fissa. In caso di chiamate da rete mobile, il sito si limita a riportare che "*potrebbe essere più costoso*" (doc. n. 64; da verifiche d'ufficio, in caso di chiamate da rete mobile Vodafone, la tariffa applicata è di 0,12€ di scatto alla risposta e di 1,83€ per minuto di conversazione (doc. n. 64).

<sup>26</sup> La tariffa indicata è pari a 1,22€ al minuto di conversazione da rete fissa. In caso di chiamate da rete mobile, il sito si limita a riportare che "*potrebbe essere più costoso*" (doc. n. 64).

<sup>27</sup> La tariffa indicata è pari a 0,68€ al minuto di conversazione da rete fissa. In caso di chiamate da rete mobile, il sito si limita a riportare che "*potrebbe essere più costoso*" (doc. n. 64; da verifiche d'ufficio è emerso che in caso di chiamate da rete mobile Vodafone, la tariffa applicata è pari a 0,16€ di scatto alla risposta e di 0,95€ per minuto di conversazione).

<sup>28</sup> In particolare, da lunedì a venerdì 9:00-18:00 (linea ordinaria e assistenza speciale); 8:00-19:00 (linea prioritaria); sabato 10:00-17:00 (linea ordinaria e assistenza speciale); 10:00-18:00 (linea prioritaria); domenica 11:00-17:00 (linea ordinaria e assistenza speciale); 10:00-17:00 (linea prioritaria) (doc. n. 64).

<sup>29</sup> In base agli art. 20 e 24 della delibera AgCom n. 52/12/CIR (all.to A), recante Piano di numerazione del settore delle telecomunicazioni, l'utilizzo delle numerazioni a codice 895 è associato all'offerta di servizi a sovrapprezzo e, in particolare, per i "*servizi di assistenza e consulenza tecnico-professionale*", prevedendo disposizioni specifiche con riferimento, tra l'altro, alle soglie di prezzo massimo applicabili.

addebitare i costi all'utente (fino a €12,50 IVA esclusa) ed interrompe la chiamata<sup>30</sup> e (ii) richiedere al consumatore che voglia contattare la numerazione da rete fissa il preventivo sblocco dell'utenza all'operatore telefonico di accesso<sup>31</sup>.

**18.** A partire dal 2010, il professionista ha stipulato accordi commerciali con una società terza alla quale ha affidato[*omissis*]<sup>32</sup> la funzione di rispondere alle chiamate dei consumatori italiani relativi alle prenotazioni dei voli e ai diversi tipi di assistenza<sup>33</sup>. Inoltre, la fornitura di numerazioni a valore aggiunto è oggetto di un distinto contratto con una società telefonica con sede in Germania, avente ad oggetto la raccolta, lo smistamento e la terminazione del traffico derivante dalle numerazioni a sovrapprezzo<sup>34</sup>.

**19.** [*omissis*].

**20.** Sulla base dei dati forniti dal professionista, nel biennio 2012-2013, le numerazioni italiane del *call center* di Ryanair hanno ricevuto circa [*omissis*]chiamate all'anno<sup>35</sup>, generando ricavi per il professionista pari a [*omissis*] (2012) e[*omissis*] (2013)<sup>36</sup>.

**Tabella n. 1**

Call center (€)	Ricavi	Costi	Utile
2012	[ <i>omissis</i> ]	[ <i>omissis</i> ]	[ <i>omissis</i> ]
2013	[ <i>omissis</i> ]	[ <i>omissis</i> ]	[ <i>omissis</i> ]

**21.** Le tabelle seguenti offrono, per ciascuna tipologia di assistenza, una sintesi dei dati rilevanti con riguardo ai livelli di servizio offerti al consumatore e ai tempi medi di attesa/conversazione.

<sup>30</sup> Cfr. art. 15, co. 6, D.M. n. 145 del 2 marzo 2006 ("Regolamento recante la disciplina dei servizi a sovrapprezzo"): "L'importo massimo che può essere addebitato per ogni comunicazione, secondo le modalità del comma 2, è fissato in 12,50 euro, IVA esclusa. Per servizi il cui addebito superi tale importo massimo sono previste modalità di fatturazione direttamente a cura del centro servizi. Tali importi non possono essere fatturati dal fornitore di servizi di comunicazione elettronica."

<sup>31</sup> Tale operazione non è immediata, richiedendo ad esempio, nel caso di linea Telecom Italia, l'invio di un fax all'operatore telefonico e l'attesa della lavorazione, che impiega in generale un paio di giorni (citare segnalazioni su sblocco). A tal fine, Ryanair fornisce istruzioni su come richiedere lo sblocco della linea (doc. 64; <http://www.ryanair.com/doc/faqs/blocked.pdf>). Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>32</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>33</sup> [*omissis*]

<sup>34</sup> Si tratta delle società NEXT ID GmbH con sede in Germania (cfr. all. 5 alla Risposta).

<sup>35</sup> Nello specifico: [*omissis*] chiamate nel 2012 e [*omissis*] nel 2013 (all.to 6 alla Risposta). Al netto dei costi dichiarati (ma non specificati) dal Professionista, il margine di utile derivante dalla prestazione dei servizi di assistenza tramite call center è stato pari a[*omissis*] (2012) [*omissis*] (2013) (all.to 7 alla Risposta).

<sup>36</sup> Cfr. all.ti 6-7 alla Risposta. Il dato include i costi e i ricavi derivanti dall'operatività di tutte le linee di assistenza (ordinaria, speciale e prioritaria).

Tabella n. 2 <sup>37</sup>

Assistenza prioritaria	2012	2013	2014 (gen-mag)
Totale chiamate ricevute	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Totale chiamate risposte	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Livello di servizio (a)	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Tempo medio di attesa (sec.) (b)	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Tempo medio di conversazione (sec.) (b)	[omissis]	[omissis]	[omissis]

Assistenza ordinaria	2012	2013	2014 (gen-mag)
Totale chiamate ricevute	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Totale chiamate risposte	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Livello di servizio (a)	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Tempo medio di attesa (sec.) (b)	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Tempo medio di conversazione (sec.) (b)	[omissis]	[omissis]	[omissis]

Assistenza speciale	2012	2013	2014 (gen-mag)
Totale chiamate ricevute	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Totale chiamate risposte	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Livello di servizio (a)	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Tempo medio di attesa (sec.) (b)	[omissis]	[omissis]	[omissis]
Tempo medio di conversazione (sec.) (b)	[omissis]	[omissis]	[omissis]

22. A partire dal settembre 2013, mediante integrazione degli accordi in essere con il fornitore, Ryanair ha introdotto un servizio di *chat online* – dapprima in via sperimentale e, a partire dal novembre 2013, su base stabile<sup>38</sup> – che consente all’utente del sito di contattare ove disponibili gli operatori del servizio di assistenza mediante una finestra *pop-up* che appare automaticamente in alcune sezioni del sito<sup>39</sup>, dopo un determinato tempo di permanenza sulla medesima pagina<sup>40</sup>.

23. Le altre modalità a disposizione dei passeggeri per contattare Ryanair in relazione a richieste informative generali o a specifiche richieste di assistenza sono<sup>41</sup>:

<sup>37</sup> Fonte: Risposta, all.ti 6-7. Nelle tabelle, il dato *sub* (a) indica le chiamate risposte/ricevute, mentre l’intervallo *sub* (b) comprende il valore minimo e massimo tra quelli indicati dal professionista relativi ai mesi di marzo, giugno e settembre di ciascun anno (Risposta, p. 7).

<sup>38</sup> Risposta, p. 3 e all.to 4 alla Risposta [omissis] Il servizio è disponibile da lunedì a venerdì (9:00-18:00), mentre è chiuso il sabato e la domenica (cfr. doc. n. 82, all. 1, nonché i dati forniti sub all.ti 2-3 alla Risposta).

<sup>39</sup> All’apertura del procedimento istruttorio, il servizio era disponibile nelle seguenti sezioni: - nella schermata relativa al pagamento, al termine del procedimento di prenotazione *online*; - nella sezione “Gestisci prenotazione”, nell’ambito del procedimento di *check-in online*; - nella pagina dedicata ai passeggeri a mobilità ridotta. Nel corso del procedimento, il professionista ha reso disponibile dei *link* stabili nell’ambito della sezione “Contatti”, tramite i quali il passeggero può direttamente attivare la *chat* e, qualora vi siano agenti disponibili, contattare l’operatore *online* (Risposta, p. 3 e, *infra*, sez. 4).

<sup>40</sup> Nello specifico, il sistema identifica i clienti in base alla durata della loro permanenza sulla pagina. Per esempio, quando un utente rimane sulla pagina di pagamento per più di 30 secondi, viene rilevato dal sistema e, se un agente è disponibile, la finestra di *chat* appare sulla pagina di pagamento dell’utente. Per quanto concerne le pagine dedicate ai PMR, il tempo di attesa è di soli 10 secondi (Risposta, p. 4).

<sup>41</sup> Risposta, pp. 2-6.

- il modulo di contatto via internet (c.d. “web-form”), disponibile e compilabile online<sup>42</sup> è stato introdotto nell’ambito del procedimento istruttorio PS892 e consente all’utente di selezionare da un menu a tendina talune voci predefinite di reclamo. Qualora l’utente selezioni dal menu a tendina la voce “Reclami”, potrà inserire un testo di massimo 1.000 caratteri con cui descrivere l’oggetto del reclamo. Dopo aver inoltrato il reclamo, il passeggero riceverà una conferma di spedizione e “generalmente dopo 24 ore, uno degli agenti fornirà via e-mail una risposta sostanziale al quesito posto”<sup>43</sup>;

- le biglietterie e i desk presenti presso gli aeroporti serviti da Ryanair, che forniscono l’assistenza aeroportuale.

## **2.2) Assistenza ai passeggeri a mobilità ridotta (“PMR”)**

**24.** Conformemente al Regolamento UE n. 1107/2006, i passeggeri a mobilità ridotta usufruiscono dei servizi di trasporto aereo senza costi aggiuntivi e, a tal fine, gli operatori sono tenuti a predisporre di forme di assistenza che garantiscono la mobilità da un determinato punto di arrivo all’aeromobile e viceversa<sup>44</sup>. Al riguardo, le condizioni generali di trasporto (nel seguito, “CGT”) prevedono che ai passeggeri disabili o con ridotta mobilità (nel seguito, “PMR”) “non verrà rifiutato il trasporto a causa di tali disabilità” e che il relativo trasporto “è soggetto a specifica preventiva programmazione”, rinviando al *Regolamento Ryanair su Argomenti Specifici* per ulteriori dettagli. Quest’ultimo specifica che i PMR devono viaggiare con dei posti assegnati a bordo e che in caso sia necessario prenotare il servizio di assistenza speciale in aeroporto, i PMR “possono prenotare questo servizio sul sito web di Ryanair fino a 48 ore prima del volo”<sup>45</sup>.

**25.** Al riguardo, la documentazione acquisita agli atti evidenzia che, successivamente alla prenotazione del volo per il quale il passeggero a mobilità ridotta abbia richiesto una forma di assistenza speciale (ad es. sedia a rotelle), il passeggero è costretto a rivolgersi alla linea telefonica a sovrapprezzo al fine di ottenere un posto a bordo idoneo alle esigenze del passeggero, comunicare dettagli integrativi dell’assistenza richiesta, nonché effettuare il check-in e stampare la carta di imbarco.

**26.** Nello specifico, dopo aver comunicato che ogni PMR avrà “un posto idoneo a bordo gratuitamente insieme ad un compagno di viaggio”, il vettore “consigli[a] di contattare la... linea di assistenza speciale per organizzare questo” (doc. n. 65; v. immagine seguente).

<sup>42</sup> Disponibile alla pagina web: <http://frd.ie/help/?language=it>, vi si accede selezionando “modulo per contattare Ryanair” alla pagina dedicata a “Come contattare l’assistenza clienti” (doc. n. 64, all. 1).

<sup>43</sup> Risposta, p. 2.

<sup>44</sup> Regolamento (CE) n. 1107/2006 del 5 luglio 2006 relativo ai diritti delle persone con disabilità e delle persone a mobilità ridotta nel trasporto aereo: “Per offrire alle persone con disabilità e alle persone a mobilità ridotta la possibilità di viaggiare in aereo a condizioni simili a quelle degli altri cittadini, è necessario fornire assistenza, con l’impiego del personale e delle attrezzature necessarie, negli aeroporti e a bordo degli aeromobili in modo da soddisfare le loro esigenze specifiche. Per favorire l’inclusione sociale, l’assistenza in questione dovrebbe essere fornita alle persone interessate senza costi aggiuntivi” (considerando 4). Al riguardo, tra gli elementi che compongono la tariffa, le compagnie aeree hanno introdotto un apposito contributo, non rimborsabile, denominato “MJ”, quale corrispettivo per l’assistenza ai passeggeri a mobilità ridotta (cfr. ENAC, *Carta dei diritti del passeggero*, 2009, p. 52).

<sup>45</sup> Doc. n. 61, all.ti 1 e 2. Oltre tale periodo, “i passeggeri devono contattare il servizio di assistenza speciale Ryanair” (*ibid.*).

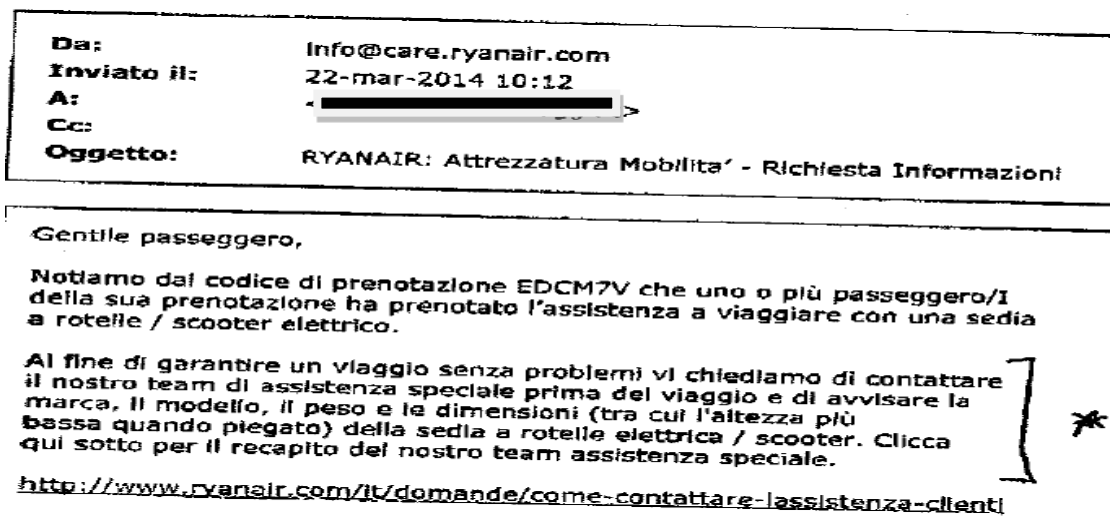
Gentile Cliente,

I clienti che hanno una limitata mobilità in cabina o che utilizzano ossigeno terapeutico, un Amsafe, Crelling cablaggio o una sedia Meru gli saranno assegnati (chiamando o per e-mail il team assistenza Speciale) un posto idoneo a bordo gratuitamente insieme ad un compagno di viaggio. Questi clienti saranno imbarcati dopo che l'imbarco generale è completato.

Vi consigliamo di contattare la nostra linea di assistenza speciale per organizzare questo.

27. Ancora, nella *e-mail* comunicata al passeggero successivamente alla prenotazione, il professionista, “*al fine di garantire un viaggio senza problemi*” chiedeva al passeggero “*di contattare il nostro team di assistenza speciale prima del viaggio*”, rinviando il medesimo alla sezione “*Contatti*” del sito ove è riportato il numero della linea a sovrapprezzo dedicata all’assistenza speciale<sup>46</sup>.

28.



29. In particolare, nella sezione “*Contatti*” del sito (alla quale i messaggi *e-mail* ricevuti dai passeggeri in questione rinviano) risultava l’indicazione della tariffa minutaria prevista, pari a €0,63 al minuto, mentre nulla era esplicitato in relazione al fatto che tale tariffa fosse applicata unicamente alle chiamate da rete fissa; che tuttavia la numerazione fosse bloccata di *default* da rete fissa; che il passeggero avrebbe potuto richiederne preventivamente lo sblocco al proprio gestore telefonico, e che, nel caso di chiamate da rete mobile, la tariffa sarebbe stata sostanzialmente più elevata<sup>47</sup>.

30. In un caso oggetto di segnalazione risulta che, a fronte dell’impossibilità di raggiungere la linea di assistenza speciale da rete fissa (in quanto bloccata), un passeggero ha tentato di utilizzare metodi alternativi per contattare il professionista (quali il *webform* o l’*e-mail*), ripetendo giornalmente i tentativi di contatto e sostenendo lunghe attese al telefono, dovendo attendere più di

<sup>46</sup> Docc. nn. 50-51, 53, 56 e 65.

<sup>47</sup> Cfr. docc. nn. 51 e 61. Il costo da rete mobile era pari a 0,16 + 0,95/0,98

4 giorni prima di ottenere ciò che avrebbe dovuto essere attribuito automaticamente con la prenotazione e senza alcun onere aggiuntivo, ossia la carta di imbarco per il volo prenotato<sup>48</sup>.

**31.** I modelli di *e-mail* prodotti dal professionista confermano che il vettore richiedeva al passeggero che avesse prenotato *online* una forma di assistenza speciale (nello specifico, la sedia a rotelle elettrica) di contattare il servizio clienti (v. immagine seguente)<sup>49</sup> e che, nelle *e-mail* inviate a titolo informativo ai PMR successivamente alla prenotazione, l'unica modalità indicata al fine di contattare il servizio clienti fossero “*i numeri di telefono dell'assistenza speciale*”<sup>50</sup>.

---

#### **Ryanair Mobility Equipment - Information Request**

Gentile passeggero,

Notiamo dal codice di prenotazione <PNR> che uno o più passeggero/i della sua prenotazione ha prenotato l'assistenza a viaggiare con una sedia a rotelle / scooter elettrico.

Al fine di garantire un viaggio senza problemi vi chiediamo di contattare il nostro team di assistenza speciale prima del viaggio e di avvisare la marca, il modello, il peso e le dimensioni (tra cui l'altezza più bassa quando piegato) della sedia a rotelle elettrica / scooter. Clicca qui sotto per il recapito del nostro team assistenza speciale.

<http://www.ryanair.com/it/domande/come-contattare-lassistenza-clienti>

---

**32.** Inoltre, nel caso in cui il sistema avesse assegnato in automatico al PMR un posto vicino alle uscite di emergenza (che per motivi di sicurezza non può essere assegnato a tale categoria di passeggeri), oppure qualora non avesse alcun posto assegnato, il vettore contattava il PMR tramite *e-mail* con cui invitava il medesimo a “*chiamare l'Assistenza speciale Ryanair*”, indicando a tal fine i relativi “*numeri di telefono*” (v. immagine seguente)<sup>51</sup>.

---

#### **MS MALGORZATA KOLODZIEJ:**

**WCHR** - Assistenza necessaria all'imbarco

*Le è stato assegnato un posto presso le uscite di emergenza 01B che non è adatto per ai clienti che utilizzano i servizi di assistenza speciale per l'aeroporto, si prega di chiamare [l'Assistenza speciale Ryanair](#)*

---

<sup>48</sup> Cfr. docc. nn. 56 e 65.

<sup>49</sup> All.to 8.c) della Risposta.

<sup>50</sup> All.to 8.d)-e) della Risposta. Soltanto a partire dall'8 aprile 2014, il vettore ha introdotto stabilmente, in alternativa al numero di telefono, un indirizzo *e-mail* al quale rivolgersi (all.to 8.j) della Risposta) e, partire dal 15 maggio 2014, ha aggiunto un collegamento al servizio *chat* al fine di comunicare con il servizio clienti (all.to 8.h della Risposta).

<sup>51</sup> Estratto del modello di *e-mail* in uso a partire dal 28 gennaio 2014 (all.to 8.f)-g) della Risposta): “*Le è stato assegnato un posto presso le uscite di emergenza 01B che non è adatto per ai clienti che utilizzano i servizi di assistenza speciale per l'aeroporto, si prega di chiamare l'Assistenza speciale*”, oppure “*Nessun posto assegnato. E' necessario assegnare un posto idoneo in cabina, si prega di chiamare l'assistenza speciale Ryanair*”.

33. Infine, dalle evidenze agli atti risulta che il passeggero è stato invitato a contattare il servizio clienti anche al fine di procedere al *check-in online* e stampare la carta di imbarco<sup>52</sup>. Nello specifico, dopo aver effettuato la prenotazione e acquistato il biglietto, il passeggero non riusciva ad accedere al servizio di *check-in online*, che risultava indisponibile, invitando il passeggero a contattare il servizio clienti al fine di procedere.

34. Nei suoi riscontri, il professionista ha confermato che in coincidenza con l'introduzione del nuovo sistema di assegnazione dei posti, avvenuta nel febbraio 2014<sup>53</sup>, “*Ryanair ha riscontrato alcuni problemi informatici*”, circostanza che ha condotto a “*sospendere il sistema di check-in online per i PMR, invitando i suddetti passeggeri a contattare il call center per poter effettuare il check-in*”. Tale problema, secondo il professionista, si sarebbe “*verific[ato] esclusivamente durante i mesi di Febbraio-Maggio 2014*”<sup>54</sup>, riguardando oltre 500 passeggeri<sup>55</sup>.

### **2.3) Scelta di un volo sostitutivo in caso di modifiche/cancellazione del volo da parte del vettore**

35. Ai sensi delle CGT, il vettore si riserva la possibilità di apportare modifiche al piano di volo, impegnandosi ad informare il passeggero delle eventuali variazioni. In particolare, in caso di cancellazioni e ritardi – salvo l'applicabilità delle ulteriori forme di assistenza previste dal Regolamento UE n. 261/2004 –, il professionista si impegna a trasportare il passeggero secondo il medesimo itinerario, offrendo un volo alternativo di suo gradimento, compatibilmente con la disponibilità dei posti<sup>56</sup>.

36. Nelle *e-mail* con cui il professionista comunica la variazione della tratta o degli orari del volo, il passeggero è informato che: (i) può accettare il nuovo volo proposto in sostituzione dal vettore, azionando un *link* presente nella *e-mail* con ordine di conferma, oppure (ii) richiedere il rimborso del biglietto, nei casi in cui l'entità del ritardo consenta tale opzione, compilando un modulo *online*<sup>57</sup>. Qualora invece il passeggero, non potendo imbarcarsi sui nuovi voli, volesse scegliere un volo diverso da quello proposto, sul quale c'è disponibilità di posti, la *e-mail* indirizza il passeggero a contattare il servizio clienti alle numerazioni a sovrapprezzo, imponendogli oltre al disagio dello spostamento del volo, un'ulteriore disagio economico<sup>58</sup>.

37. I riscontri forniti dal professionista confermano tale modalità procedurale. In particolare, in caso di modifiche al piano di volo disposte dal vettore, i passeggeri “*possono decidere autonomamente se accettare il cambio o richiedere un rimborso, ove applicabile*” e che, “***in ogni caso, se non soddisfatti del nuovo orario/data proposto, i passeggeri dovranno chiamare per verificare la disponibilità del volo scelto***”<sup>59</sup>.

---

<sup>52</sup> Da presentare obbligatoriamente all'imbarco, se non si vuole incorrere nel pagamento della penale di €70 prevista per il *check-in* in aeroporto (cfr. artt. 6.1 e 6.3 delle CGT; all.to 1 al doc. n. 61).

<sup>53</sup> Introdotto nel febbraio 2014, il nuovo sistema di assegnazione prevede che ogni passeggero viaggi con un posto assegnato a bordo del velivolo.

<sup>54</sup> Risposta, pp. 8-9 (enfasi aggiunta).

<sup>55</sup> Nella Memoria, il professionista dà atto di aver rimborsato i costi di chiamata dei passeggeri PMR che “*a causa del problema tecnico sopra descritto, abbiano contattato il call center nel periodo tra febbraio e maggio 2014 nel periodo indicato hanno dovuto contattare la linea di assistenza*”, allegando una lista con oltre 500 ordini di pagamento (cfr. all.2).

<sup>56</sup> Cfr. artt. 9.1-9.3 delle CGT.

<sup>57</sup> Cfr. docc. nn. 48-49 e 69.

<sup>58</sup> *Id.*

<sup>59</sup> Risposta, p. 14, enfasi aggiunta. Analogamente, i modelli di *e-mail* con cui il vettore comunica le variazioni degli orari, invitano il passeggero a contattare l'assistenza clienti nel caso in cui non voglia accettare il volo alternativo proposto (v. all.to 8.a) e 9 alla Risposta).

38. In un caso, oggetto di segnalazione, il passeggero aveva rilevato la presenza di posti liberi su un volo più vicino rispetto a quello proposto in sostituzione e ha dovuto contattare il *call center* al fine di chiedere di essere riassegnato su quest'ultimo, così sostenendo i costi della chiamata a sovrapprezzo senza peraltro riuscire a parlare con un operatore<sup>60</sup>. Quindi, il passeggero ha tentato di contattare il servizio clienti tramite *webform*, chiedendo di essere assegnato al volo alternativo e ricevendo, in risposta, l'invito a leggersi le condizioni contrattuali e a chiamare il *call center*<sup>61</sup>.

---

Ryanair Schedule Change <info@change.ryanair.com>

13 marzo 2014 20:25

A: [REDACTED]

Si prega di non rispondere a questa e-mail.

La preghiamo di prendere nota del cambiamento di orario del volo Ryanair da lei prenotato (si veda di seguito i dettagli del nuovo volo). La preghiamo inoltre di notificare il cambiamento di orario anche agli altri passeggeri elencati nella sua prenotazione.

Importante: Se hai già effettuato il check-in online è necessario effettuare nuovamente il check-in e ristampare la carta d'imbarco.

SI PREGA DI CLICCARE QUI PER ACCETTARE ON LINE LA VARIAZIONE DI ORARIO SU QUESTO VOLO

<https://schdchnrg.ryanair.com//Accept?i=9166YDKE8Y00000008-FR2010C6DA55FCOCTAC15-FR1060E6DK05CTAFCOL20068S9ZBC&lg=it>

Se il collegamento di cui sopra si è esteso su una seconda riga, la preghiamo di copiarlo e incollarlo sulla barra degli indirizzi del suo browser.

Se desidera contattare Ryanair - la preghiamo di cliccare sul collegamento seguente:

<https://www.ryanair.com/it/domande/come-contattare-lassistenza-clienti>

---

39. Le segnalazioni evidenziano inoltre che la necessità di contattare il *call center* per scegliere un nuovo volo ha procurato un significativo esborso per il consumatore, idoneo ad incidere sulla stessa convenienza di acquistare con largo anticipo un biglietto<sup>62</sup> e, in alcuni casi, lo ha perfino indotto a rinunciare a proseguire i tentativi di contatto e ad acquistare un nuovo biglietto<sup>63</sup>.

#### 2.4) **Esercizio della facoltà di modifica del volo prenotato (data, tratta e nominativo)**

40. A fronte di biglietti non rimborsabili<sup>64</sup>, il professionista attribuisce ai passeggeri la generale facoltà di modificare data, nominativo e/o tratta del volo, in base alla disponibilità dei posti, “fino a 4 ore prima dell’orario di partenza previsto per il volo sia online (a meno che il check-in online non sia già stato effettuato) sia tramite un centro prenotazioni Ryanair (soggetto a orari di apertura)”<sup>65</sup>. Analogamente, nella sezione “Contatti”, il professionista ricorda al passeggero che “qualsiasi cambiamento relativo al proprio volo (ma solo prima di effettuare il check-in online)

---

<sup>60</sup> Docc. nn. 48-49.

<sup>61</sup> Cfr. e-mail in data 16 marzo 2014, *sub doc.* n. 49; negli stessi termini, e-mail del 24 marzo 2014, *sub doc.* n. 69.

<sup>62</sup> Pari, ad esempio, a €15 (nel caso del consumatore di cui alla segnalazione *sub doc.* n. 22) o a €20 (nel caso del consumatore di cui alla segnalazione *sub doc.* n. 52), oggetto di rimborso da parte del vettore nel corso del procedimento (Memoria, p. 19).

<sup>63</sup> Nel caso del consumatore di cui alla segnalazione *sub doc.* n. 22.

<sup>64</sup> Cfr. art. 10.1 delle CGT (“Non rimborsabilità”), in base al quale, salvi i casi relativi alle tasse aeroportuali e dipendenti da cause di forza maggiore, “tutte le somme da voi pagate per i nostri voli (...) sono non rimborsabili”.

<sup>65</sup> Cfr. Regolamento Ryanair su Argomenti Specifici, *sub all.to* 2 al doc. n. 61 (enfasi aggiunta). Nel caso il passeggero abbia effettuato il *check-in* online è necessario rivolgersi al servizio clienti per sbloccare il *check-in* e, dopo aver corrisposto una penale pari a 15 euro, procedere alla modifica.



può essere eseguito online visitando la sezione ‘La mia prenotazione’<sup>66</sup>. A seconda del tipo di modifica richiesta dal passeggero, Ryanair applica specifici supplementi, indicate nelle CGT, che variano da 30 a oltre 90 euro in base al tipo di modifica (data, tratta o nominativo), al periodo (bassa o alta stagione) e al canale (*web* o *call-center*) tramite il quale si effettua la variazione<sup>67</sup>.

41. Dalle informazioni presenti nelle stesse condizioni generali di contratto e nella sezione dedicata alle *Domande Frequenti*, emerge tuttavia che la possibilità di apportare modifiche alla prenotazione mediante il canale *online* e senza costi aggiuntivi (rispetto alle citate penali previste dalle CGT) trova ulteriori e sostanziali limitazioni, dovendo il passeggero rivolgersi al *call center* a pagamento, non solo qualora abbia già effettuato il *check-in online*, ma anche in tutte quelle circostanze in cui la piattaforma *web* non consente di effettuare il cambiamento richiesto. Si tratta, in particolare, dei casi in cui in cui il passeggero intenda: *a*) modificare un volo nazionale in un volo internazionale; *b*) modificare i dati relativi a solo alcune delle persone incluse nella prenotazione, ovvero *c*) effettuare qualsiasi tipo di modifica, usufruendo di una tariffa scontata (c.d. “sconto spagnolo”)<sup>68</sup>. In presenza di tali situazioni, dunque, il passeggero che voglia procedere alla modifica deve necessariamente contattare telefonicamente il centro prenotazioni alle numerazioni a sovrapprezzo indicate, non sussistendo canali alternativi tramite i quali esercitare i menzionati diritti contrattuali senza oneri.

42. Al riguardo, i riscontri forniti dal professionista confermano l’impossibilità di effettuare talune modifiche autonomamente mediante la piattaforma *online*. Infatti, il professionista afferma che esistono talune circostanze nelle quali “i cambi di volo non possono essere effettuati”, ossia quando: - “*i passeggeri non possono accettare il cambio di volo che gli viene proposto*”; - “*i passeggeri richiedano un cambio da un volo nazionale ad un volo internazionale*” – “*in relazione ai c.d. ‘sconti spagnoli’ per residenti e famiglie numerose*”<sup>69</sup>. In tali casi, il vettore “*informa il cliente riguardo l’impossibilità di effettuare tali richieste tramite una finestra ‘pop-up’ che appare sul sito internet nel momento in cui il passeggero presenta la sua richiesta di cambio*”; quindi, a seguito del contatto da parte del passeggero, “*in via eccezionale ed unicamente sulla base della sua buona volontà*”, “*il call center emetterà un credito di viaggio equivalente alla spesa sopportata, come rimborso per il biglietto originale che non può essere cambiato*”<sup>70</sup>.

43. Al riguardo, i casi oggetto di segnalazione danno atto della condotta del professionista che, nei casi in cui il passeggero rappresentava l’impossibilità di utilizzare la piattaforma *internet*, che non consentiva di effettuare il cambio della prenotazione, pur in teoria ammesso secondo quanto rappresentato dalle CGT, lo stesso indirizzava i passeggeri a rivolgersi al numero a pagamento al fine di effettuare la modifica richiesta.

44. In un caso, il passeggero ha tentato di modificare *online* una tratta di un volo nazionale, ma in luogo di consentire il cambio, il sito internet indicava al passeggero che, poiché “*Lei viaggia su una tratta nazionale*”, “per eseguire questa operazione [deve] contattare il Centro prenotazioni locale (negli orari di apertura)”<sup>71</sup>. A seguito di ciò, il passeggero spendeva circa 40 euro in

<sup>66</sup> Cfr. doc. 64, all.to 1, che riporta il citato estratto dalle *FAQ* del vettore.

<sup>67</sup> Cfr. Regolamento Ryanair su Argomenti Specifici, *sub* all.to 2 al doc. n. 61 (enfasi aggiunta)

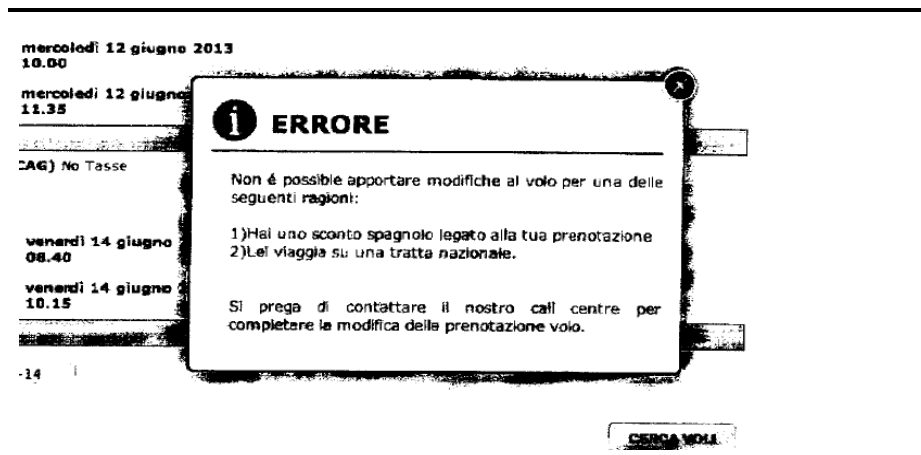
<sup>68</sup> Cfr. Regolamento Ryanair su Argomenti Specifici, *sub* all.to 2 al doc. n. 61.

<sup>69</sup> Risposta, pp. 7-8.

<sup>70</sup> *Ibid.*

<sup>71</sup> Cfr. docc. nn. 32, 34 (enfasi aggiunta). Analoga indicazione appare nel riquadro successivo, estratto dal doc. n. 34. Cfr. anche doc. n. 30, in cui il sito, non consentendo al passeggero di modificare la data di una tratta nazionale, lo invitava a contattare il servizio clienti (negli stessi termini, in caso di modifica della data/ora di un volo resa possibile unicamente tramite *call center*, v. doc. nn. 39, 43 e 58).

telefonate (importo superiore alla tariffa del biglietto che si voleva cambiare) al *call center*, senza tuttavia riuscire ad ottenere il cambio richiesto<sup>72</sup>.



45. In un altro caso, sempre relativo ad una tratta nazionale, a fronte del messaggio di errore che informava il passeggero dell'impossibilità di modificare la prenotazione *online*, quest'ultimo – dopo aver tentato invano di parlare con gli operatori – si metteva in contatto con il servizio clienti tramite *webform*, nel quale esponeva le difficoltà di contatto e al quale il professionista rispondeva dopo oltre 48 ore, indicando di “*chiamare un operatore al seguente numero per chiedere la modifica del volo*” (v. immagine seguente)<sup>73</sup>.

Gentile Cliente.

Grazie per aver contattato Ryanair

In relazione alla sua segnalazione, la consigliamo cortesemente di chiamare un operatore al seguente numero per chiedere la modifica del volo, pagando così solo l'eventuale differenza in prezzo se c'è (valido solo se chiama in 24 hrs dalla prenotazione):

800 199 8429 - Per abbonamenti clicca qui - In Italiano - 0,12€ per chiamata + 0,98€ al minuto  
Telefonare con un operatore mobile o altri network potrebbe essere più costoso.

Gli orari per chiamare un operatore sono i seguenti: Lun - Ven 9:00 - 18:00 CET, Sab 10:00 - 17:00 CET e 11:00 - 17:00 CET la domenica.

46. Analogamente, nel caso di un passeggero che, rivolto al servizio di *chat online*, chiedeva se fosse possibile apportare tramite il sito modifiche ad un volo nazionale, l'operatore del servizio clienti comunicava che “*tutti i voli nazionali si modificano tramite telefono*”<sup>74</sup>.

*Modifiche entro 24 ore dalla prenotazione*

<sup>72</sup> Cfr. doc. n. 34; il professionista nel corso del procedimento ha proceduto a rimborsare l'importo di 40 euro al passeggero (Memoria, p. 36).

<sup>73</sup> Estratto della *e-mail* del 12 e 14 luglio 2014 del servizio di assistenza Ryanair *sub* docc. nn. 80-81. Analogamente, nel caso di cui al doc. n. 54, dopo aver chiamato invano i numeri a pagamento del servizio clienti, il passeggero inviava tre reclami *online* (due il 18 aprile e uno il 21 aprile) con cui rappresentava le difficoltà di contatto e l'esigenza di modificare la prenotazione, richiedendo a tal fine di essere contattato, senza ricevere alcuna risposta.

<sup>74</sup> V. doc. n. 82, all. 2, conversazione via chat in data 13 agosto 2014 (enfasi aggiunta; la domanda posta all'operatore del servizio clienti era se “*voglio modificare un [volo] nazionale con nazionale... ad esempio, invece di partire da verona, parto da treviso, posso farlo online o al telefono?*”).

47. A partire dall'ottobre 2013, il vettore ha concesso ai propri passeggeri la possibilità di correggere “errori minori di prenotazione” entro “24 ore di grazia” che decorrono “dal momento della prenotazione originaria”, senza incorrere in oneri supplementari (c.d. periodo di grazia). Tali errori includono “ortografia dei nomi, tratte non corrette/date” e, a tal fine, il vettore “prega di contattare il centro prenotazioni”<sup>75</sup>. Si tratta, come dichiarato dal professionista, di una facoltà introdotta “su base volontaria”, per consentire al passeggero di modificare, “senza costi aggiuntivi” errori di “entità minima”; per usufruire di tale facoltà, i passeggeri “possono chiamare il call center ed avvisare l'operatore che hanno compiuto un errore minore durante la prenotazione”. Per ciò che riguarda la nozione di “errore minore” (e, quindi, l'ambito di applicazione di tale procedura) il Professionista conferma di non rendere tale informazione disponibile al passeggero, ma si limita a “forni[re] una tabella a tutti i suoi agenti per uso esclusivamente interno che chiarifica quali errori possono essere considerati tali”<sup>76</sup>.

48. Anche con riferimento alla facoltà di modifica della prenotazione entro 24 ore, gli elementi acquisiti in atti evidenziano che la possibilità di correggere “errori minori di prenotazione” concessa dal vettore entro le 24 ore dall'acquisto e senza oneri supplementari è unicamente disponibile previa chiamata al *call center* a pagamento<sup>77</sup>.

49. Ad esempio, in un caso, a seguito dell'impossibilità di modificare autonomamente un errore di digitazione del cognome tramite il sito, il passeggero ha dovuto chiamare il numero a pagamento, riuscendo ad apportare la modifica dopo ben 7 tentativi di contatto e oltre 40 euro di spesa<sup>78</sup>.

50. In altri casi oggetto di segnalazione, a seguito degli infruttuosi tentativi di chiamata, il passeggero ha tentato di contattare l'operatore tramite canali alternativi per avvalersi della facoltà di cambiare gratuitamente entro 24 ore, tanto il servizio di *chat*, quanto la risposta al *webform* lo hanno invitato a contattare il servizio clienti al numero a sovrapprezzo<sup>79</sup>. Nella specie, a seguito della richiesta di cambio da parte del passeggero, l'operatore del servizio via *chat* – dopo aver riconosciuto che “il sito internet è pieno di malfunzionamenti” – si dichiarava impossibilitato ad effettuare il cambio richiesto, posto che il servizio via *chat* è di tipo informativo e a carattere generale, e gli operatori “non sono nella posizione di modificare la prenotazione”. A tale scopo, l'operatore comunicava al passeggero che “deve contattare i colleghi chiamando il centro prenotazione che procederanno alla modifica”<sup>80</sup>.

<sup>75</sup> Cfr. all.to 4 al doc. n. 61.

<sup>76</sup> Risposta, pp. 11-12 (enfasi aggiunta).

<sup>77</sup> Cfr. docc. nn. 47, 55, 59-60, 62, 64, 71, 80-81.

<sup>78</sup> Cfr. doc. n. 55. Cfr., il rimborso di 46 euro effettuato nel corso del procedimento dal vettore (Memoria, p. 34).

<sup>79</sup> Estratto della conversazione via *chat* del 6 maggio 2014, doc. n. 62. Lo stesso passeggero contattava successivamente il servizio clienti tramite *webform* comunicando che “*desidero avvalermi della possibilità di cambiare gratuitamente data entro 24 ore. Non riesco ad effettuare tale cambiamento sul sito che mi dà errore (sconto spagnolo). Desidero avere info su come procedere*”. Il professionista rispondeva che “*in relazione alla sua segnalazione, la consigliamo cortesemente di chiamare un operatore al seguente numero*” (cfr. docc. nn. 59-60). Per un caso analogo, cfr. doc. n. 81, nel quale la risposta alla richiesta di assistenza per il cambio tramite *webform* è arrivata oltre 48 ore (così vanificando di fatto la possibilità di usufruire del cambio entro 24 ore): al reclamo del passeggero che lamentava l'impossibilità di modificare la prenotazione via internet oltre che le difficoltà di raggiungere il *call center* rinvia il passeggero a “chiamare un operatore al seguente numero per chiedere la modifica del volo” (vedi mail del 14 luglio 2014, enfasi aggiunta).

<sup>80</sup> Cfr. doc. n. 62 (“*You need to contact my colleagues by calling the reservation centre and they can amend that for you. [...] This service [il servizio di online chat] is for general inquiries only. We are not in the position to modify bookings and the website is full of bugs*”), enfasi aggiunta. Lo stesso invito è stato ripetuto dal medesimo servizio di *chat online* sub doc. n. 64 (all.to 3), dove l'operatore del servizio clienti afferma che “deve chiamare al 895 895 89 89 per fare la modifica e risparmiare” (enfasi aggiunta).

---

Roland[12:24]Hi gaetano, I'm Roland from Ryanair, how can I help?

[12:24]I bought a flight QETERI

[12:24]and the date is wrong

[12:25]but the system don't allow to change flight within 24h

Roland[12:25]Have you made the reservation in the last 24 hours?

Roland[12:25]If you have made the reservation in the last 24 hours, we can change your flight for the difference in fares only, if there is any. You need to contact my colleagues by calling the Reservation Centre, and they can amend that for you.

Roland[12:25]May I give you the telephone number of our Call Centre?

---

51. A questo riguardo, l'informativa presente sul sito si limita genericamente a rappresentare la gratuità del cambio in presenza di "errori minori di prenotazione", senza tuttavia specificare quali errori si debba intendere come tali e rinviando al servizio clienti che "sarà felice di aiutar[e]" i passeggeri<sup>81</sup>. Conseguentemente, al fine di conoscere in anticipo se gli errori che intende correggere siano o meno "minori", il passeggero dovrà necessariamente rivolgersi al *call center* al fine di ottenere tale informazione. In sintesi, per utilizzare le parole di un operatore del servizio clienti, la possibilità di correggere taluni errori gratuitamente entro 24 ore "dipende... il preventivo si fa al momento... Ryanair gli può fare un favore entro quel periodo, ma non è detto che sarà gratis"<sup>82</sup>.

52. La documentazione acquisita evidenzia inoltre una generale difficoltà di contatto del *call center* del professionista al fine di procedere alla modifica della prenotazione. Nella specie, numerosi segnalanti hanno dovuto sostenere esborsi rilevanti, dovute a lunghe attese e ripetuti tentativi, prima di procedere alla modifica del biglietto<sup>83</sup> e, in alcuni casi, hanno finanche rinunciato al cambio acquistando un nuovo biglietto con il vettore<sup>84</sup>, ovvero si sono visti richiedere il pagamento del supplemento, dal momento che i tentativi di contatto infruttuosi si erano protratti per più di 24 ore, senza consentirgli di poter usufruire del "periodo di grazia"<sup>85</sup>.

---

<sup>81</sup> Vedi doc. n. 61, all. 3.

<sup>82</sup> Vedi doc. n. 82, all.3, conversazione in data 25 luglio 2014 (enfasi aggiunta). La domanda posta all'operatore del servizio di *chat online* era "vorrei sapere cosa significa errori minori di prenotazione?...se sbaglio la data ad esempio costa cambiare entro le 24 ore?".

<sup>83</sup> Ad esempio, cfr. doc. n. 55, dove emerge che il passeggero è riuscito ad apportare la correzione al nome dopo 7 tentativi di contatto, con un esborso di circa 46 euro. Analogamente, v. doc. n. 80-81, in cui, a seguito di dieci minuti di attesa ed una spesa pari a circa 15 euro, il consumatore tentava di inoltrare reclami senza ottenere l'assistenza richiesta; nel caso sub doc. n. 6, a seguito di un'inutile attesa, il consumatore ha subito un esborso di circa 14 euro senza parlare con alcun operatore; nel caso del doc. n. 34, a seguito di 4 infruttuosi tentativi di contatto (durante i quali la linea cadeva per raggiungimento della soglia massima di traffico), il consumatore spendeva oltre 40 euro.

<sup>84</sup> Cfr. doc. n. 13, in cui al fine di modificare le tratte di un volo nazionale, i passeggeri hanno speso 20,40 € per contattare infruttuosamente il servizio clienti del professionista, effettuando infine una nuova prenotazione con il vettore. Analogamente, nel caso del consumatore di cui ai docc. nn. 83-84, dopo un esborso di circa 20 euro senza essere riuscito a parlare con un operatore, al fine di non spendere più del prezzo di un nuovo biglietto, ha proceduto ad una nuova prenotazione con il professionista.

<sup>85</sup> Nel caso del doc. n. 47, dopo tentativi di contatto che si sono protratti oltre 24 ore, il consumatore ha dovuto pagare, oltre alla spesa telefonica elevata, anche la penale per il cambio, essendo trascorso il "periodo di grazia". Analogamente, cfr. doc. nn. 45, 67, in cui dopo 15 chiamate e inutili tentativi di contatto, al consumatore è richiesto un supplemento di 80 euro per procedere al cambio, essendo trascorse le 24 ore.

## 2.5) Utilizzo di bonus di credito/voucher

53. Dagli elementi in atti è emerso che il vettore emette in situazioni eccezionali *voucher*, con cui attribuisce al passeggero un diritto di credito a ristoro di un disagio subito. Anche tali *bonus*, in base alle condizioni di utilizzo comunicate al passeggero, possono essere riscattati unicamente tramite il *call center*<sup>86</sup>.

54. Nella specie, in un caso il vettore emetteva un voucher volo, di circa 48 euro e utilizzabile entro un anno, “*come un gesto di benevolenza*”, a seguito delle difficoltà riscontrate dal passeggero nell’effettuare il cambio di prenotazione e di numerosi reclami inoltrati in merito all’impossibilità di parlare in maniera continuativa con un operatore al fine di modificare una prenotazione (volo internazionale). Il *voucher* attribuito era tuttavia utilizzabile “*solo attraverso call center e non dal sito direttamente*” (v. immagine seguente)<sup>87</sup>.

---

Gentile Cliente,

Grazie per aver contattato Ryanair.

Come da accordi telefonici, le confermiamo che la prenotazione VFK2QM è stata trasformata in un credito di viaggio (valore 48 euro), utilizzabile per una prossima prenotazione (validità 12 mesi)

Le ricordiamo che il credito di viaggio può essere utilizzato solo attraverso il callcenter e non dal sito direttamente.

Resto a sua disposizione per qualsiasi chiarimento.

---

55. A seguito dei numerosi tentativi di contatto e di un esborso rilevante, il passeggero non riusciva ad utilizzare il *bonus*; in particolare, il passeggero rappresentava tali difficoltà anche tramite *webform*, richiedendo di essere contattato; a tali richieste, il vettore rispondeva invitando il passeggero a telefonare al servizio clienti (mail del 10 gennaio 2014) e, dopo oltre due giorni dal reclamo e una volta scaduto il periodo di utilizzabilità del *bonus*, il passeggero è stato invitato a scrivere ad una casella postale a Dublino (mail del 13 gennaio 2014) (v. immagine seguente)<sup>88</sup>.

---

<sup>86</sup> Cfr. docc. nn. 17, 44-45, 67-68.

<sup>87</sup> Doc. n. 68, mail del 9 gennaio 2013.

<sup>88</sup> Doc. n. 68, mail del 9 gennaio 2014. In un secondo caso (doc. n. 67), dopo circa 15 chiamate al servizio clienti senza riuscire a cambiare la prenotazione appena effettuata, il passeggero presentava *form* di reclamo in cui rappresentava di aver denunciato l’accaduto all’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, al quale il vettore rispondeva emettendo un *voucher* di credito di importo non definito, utilizzabile solo tramite *call center* (v. mail del 15 gennaio 2014). Il consumatore non è tuttavia riuscito ad utilizzare il buono, in quanto la linea si interrompeva poco prima dell’emissione del biglietto e, in alcuni casi, l’operatore richiedeva delle penali per effettuare il cambio; pertanto, il passeggero ha preferito acquistare ex novo il titolo di viaggio.

---

Oggetto: TID 862441 Re: Complimenti/Reclami

09/01/2014  
12:37

Da: donotreply@ryanair.com

A: [REDACTED]

Oggetto: > From: [REDACTED]  
> Subject: Complimenti/Reclami  
> PNR: VFK2QM  
> Subject: richiesta contatto  
> Comment: Gentile Ryanair,  
> vi contatto in merito ad una seria difficoltà a utilizzare il vostro call center.  
> Ho appena tentato di telefonare per ben due volte al vostro call center per effettuare una prenotazione utilizzando un voucher viaggio.  
> La prima volta l'operatore mi ha comunicato che potevo prenotare direttamente on line; le altre tre volte dopo qualche minuto la conversazione cadeva ripetutamente la linea.  
> questa cosa è già successa un anno fa e qualche mese fa quando ho tentato di fare la prenotazione.  
> Vista l'imminente scadenza del voucher (11/01/2014) e l'impossibilità di comorare i voli tramite call center; vi chiedo cortesemente di mettermi in contatto col mio numero di telefono: +39/[REDACTED] con un operatore che comprenda l'italiano e l'parli in maniera adeguata.  
> Sono certa di una vostra celere attivazione e risoluzione del problema.  
> Cordialmente  
[REDACTED]

Oggetto: TID 862441 Re: Complimenti/Reclami

10/01/2014  
14:52

Da: donotreply@ryanair.com

A: "[REDACTED]"

Gentile Cliente,

Grazie per aver contattato Ryanair.

In relazione alla sua segnalazione, la consigliamo cortesemente di chiamare un operatore al seguente numero:

895 895 8989 - Per sbloccare clicca qui – In Italiano - 0,12€ per chiamata + 0,98€ al minuto

Telefonare con un operatore mobile o altri network potrebbe essere più costoso.

Gli orari per chiamare un operatore sono i seguenti: Lun - Ven 9:00 - 18:00 CET, Sab 10:00 – 17:00 CET e 11:00 – 17:00 CET domenica.

---

56. Nella Risposta, il Professionista riconosce che “Ryanair continua ad emettere crediti di viaggio in via eccezionale ed unicamente sulla base della sua buona volontà” in alcune circostanze, tra le quali si annoverano i casi in cui “i cambi di volo non possono essere effettuati” (come, ad es. “nel caso in cui i passeggeri richiedano un cambio da un volo nazionale ad un volo internazionale”). In tali casi, “il call center emetterà un credito di viaggio equivalente alla spesa sopportata dal passeggero, come rimborso per il biglietto originale che non può essere cambiato”<sup>89</sup>.

## 2.6) Altre richieste di assistenza

57. La documentazione acquisita evidenzia infine che il *call center* rappresenta l'unico canale effettivamente disponibile tramite il quale richiedere assistenza in relazione ad ulteriori fattispecie, quali a) l'abbinamento di un passeggero minorenne ad una prenotazione già effettuata; b) l'emissione della fattura commerciale per il volo acquistato e c) la restituzione di somme erroneamente addebitate al passeggero al momento della prenotazione.

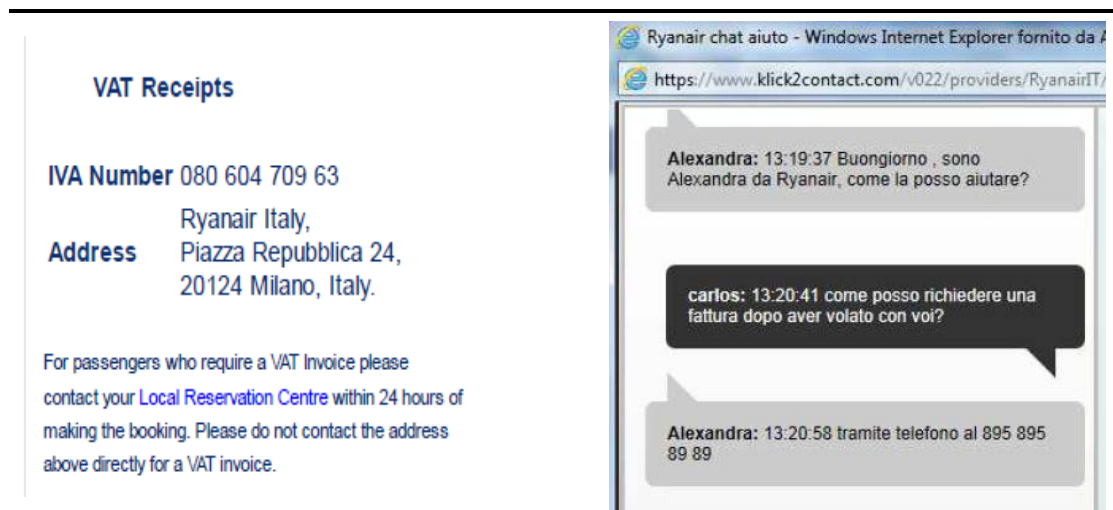
---

<sup>89</sup> Risposta, p. 8.

**58.** Nella specie, in relazione all’abbinamento di un passeggero minorenni ad una prenotazione già esistente, occorre premettere che – secondo le proprie CGT – il vettore “*non acconsente al trasporto di minori (sotto i 16 anni) non accompagnati*”<sup>90</sup>. Tali passeggeri viaggiano normalmente insieme ad un passeggero adulto, nell’ambito della medesima prenotazione.

**59.** Al riguardo, nei casi in cui un passeggero adulto voglia aggiungere alla propria prenotazione quella del figlio minore, la sezione *Domande Frequenti* richiede al passeggero di effettuare *online* una nuova prenotazione e, quindi, contattare il *servizio clienti* al fine di effettuare l’abbinamento<sup>91</sup>. Dalle segnalazioni in atti emerge come i passeggeri hanno dovuto contattare più volte il numero a pagamento, anche per fornire dettagli diversi da quelli indicati sul sito, con conseguente aggravio economico, non risultando percorribili gli altri canali di contatto (*webform*)<sup>92</sup>.

**60.** Anche in relazione alla richiesta di una fattura per il biglietto acquistato, le *e-mail* inviate ai passeggeri<sup>93</sup> e le risposte del servizio clienti<sup>94</sup> invitano il passeggero a telefonare al *call center* per inoltrare la relativa richiesta e ricevere il documento contabile (v. *immagine seguente*)<sup>95</sup>.



**61.** Infine, nei casi in cui il passeggero incorra in alcuni disservizi durante la procedura di prenotazione *online*, tali da provocare un erroneo addebito di somme<sup>96</sup>, casi di doppia prenotazione<sup>97</sup>, ovvero incorra in altri errori informatici che determinino l’inutilizzabilità del

<sup>90</sup> Cfr. il Regolamento Ryanair su Argomenti Specifici (doc. 61, all. 2).

<sup>91</sup> Cfr. doc. n. 61, all. 4 (“*Posso aggiungere un passeggero (minore di 16 anni) a una prenotazione esistente?*”).

<sup>92</sup> Cfr. doc. n. 1 (in cui il consumatore afferma di aver sostenuto un esborso superiore a 30 euro) e doc. n. 2.

<sup>93</sup> Cfr. doc. nn. 28 e 46. Nella *e-mail* inviata al passeggero dopo l’acquisto si riporta che “[p]er quei passeggeri che desiderano ricevere una ricevuta VAT si prega di contattare il centro di prenotazione entro 24 ore dopo aver effettuata la prenotazione” (doc. n. 29).

<sup>94</sup> Cfr. doc. 64. L’operatore del servizio *chat* di Ryanair, alla domanda “*come posso richiedere una fattura dopo aver volato con voi?*”, risponde “*tramite telefono al 895 895 89 89*”, ribadendo l’impossibilità di richiederla *on-line*.

<sup>95</sup> Nella parte sinistra: estratto dalla *e-mail* di conferma della prenotazione di febbraio 2014 (doc.49); nella parte destra: estratto della conversazione via chat tenuta con un agente Ryanair il 3 giugno 2014 (doc. 64).

<sup>96</sup> Cfr. ad es. il doc. n. 7, in cui il consumatore ha tentato di contattare il vettore in relazione ad un presunto triplice addebito e, in risposta ai reclami inviati, è stato invitato a contattare il numero a sovrapprezzo (cfr., per casi analoghi relativi ad importi addebitati in maniera erronea, doc. nn. 31, 41).

<sup>97</sup> Al riguardo, le FAQ del vettore riportano che “*Se sospetta di avere effettuato una doppia prenotazione per favore contatti il nostro ufficio prenotazioni che sarà lieto di aiutarvi.*”

titolo acquistato<sup>98</sup>, l'unico modo per interloquire con Ryanair e ricevere un'assistenza effettiva consiste nel contattare il vettore al numero a sovrapprezzo.

### 3) *Le argomentazioni difensive del professionista*

62. Nel corso del procedimento il professionista ha respinto ogni addebito, ritenendo che la condotta in esame non integri gli estremi di una pratica commerciale scorretta, ma sia al più riconducibile a *“eventi stocastici che possono avere causato disagi”* ai consumatori, ai quali in ogni caso il vettore avrebbe posto rimedio mediante taluni miglioramenti introdotti prima della comunicazione di avvio<sup>99</sup>.

#### 3.1) **Rilievi procedurali**

63. In via preliminare, il professionista lamenta una violazione dei propri diritti di difesa, in quanto, non sarebbe stato messo in condizione di *“spiegare la vera dinamica delle procedure interne relative ai punti contestati, motivare sulla adeguatezza degli impegni proposti, e mettere agli atti la reale disponibilità della Compagnia ad una loro eventuale integrazione”* nell'ambito di un'apposita audizione<sup>100</sup>. Quest'ultima, invece, è stata concessa dagli uffici solamente nella fase finale dell'istruttoria, e a ridosso della chiusura della stessa, circostanza che non avrebbe consentito al professionista la possibilità di presentare memorie, osservazioni o adottare comportamenti a questa successivi e che non consentirebbe nemmeno all'Autorità di tenere conto degli elementi portati in audizione<sup>101</sup>. Inoltre, la stessa decisione di chiudere l'istruttoria sarebbe stata *“presa arbitrariamente”* dall'Autorità, privando il professionista della *“possibilità di fornire agli Uffici la prova dell'efficacia delle misure spontaneamente messe in atto per risolvere i profili di criticità”*<sup>102</sup>. Infine, il professionista si duole della circostanza per cui gli Uffici avrebbero chiuso l'istruttoria senza nemmeno conoscere quali azioni avesse eventualmente adottato l'Autorità irlandese, a seguito della informativa comunicata ai sensi del d.lgs. n. 70/2003, con conseguente difetto di istruttoria<sup>103</sup>.

#### 3.2) **Rilievi sostanziali**

64. In via preliminare il professionista afferma che:

- fornisce, mediante il proprio sito *web* tutte le informazioni necessarie al passeggero, in maniera completa e chiara, anche tramite numerosi rinvii alle CGT e alle *Domande Frequenti* e che, oltre a tali informative *standard*, il vettore mette a disposizione del passeggero canali alternativi di assistenza, come *chat*, *webform* e *call center* in caso di esigenze più specifiche<sup>104</sup>;

---

<http://www.ryanair.com/it/domande/numeri-telefonici>. Per favore noti che non sarà possibile ricevere il rimborso per le prenotazioni doppie dopo la partenza del volo prenotato.”

<sup>98</sup> È il caso, ad esempio, in cui il sistema non inserisca correttamente i nomi dei passeggeri, indicando invece le sole iniziali (ad es., “AAA SSS”). In tali casi, il passeggero non può utilizzare il biglietto acquistato ed è costretto a rivolgersi al numero a sovrapprezzo al fine di ottenere chiarimenti e risolvere il problema (cfr. docc. nn. 33, 38, 42).

<sup>99</sup> Cfr. le argomentazioni contenute nella Risposta (doc. n. 77); la comunicazione di presentazione degli impegni ai sensi dell'art. 27, co. 7, del Codice del Consumo (“Impegni”; doc. n. 78) e la memoria conclusiva depositata in data 14.11.2014 (“Memoria”, doc. n. 93).

<sup>100</sup> Memoria, pp.3-4.

<sup>101</sup> *Id.*, p. 4.

<sup>102</sup> *Id.*, p. 5. In particolare, secondo la difesa del professionista, dato che *“il procedimento avrebbe dovuto concludersi in data 2 gennaio”*, la fissazione del termine di chiusura della fase istruttoria al 14 novembre sarebbe eccessivamente *“anticipato”* (*id.*, p.1).

<sup>103</sup> Cfr. la comunicazione *sub* doc. n. 76.

<sup>104</sup> Memoria, p. 7.



- non sussisterebbe in fatto alcun obbligo per il passeggero di contattare il *call center*, posto che sia la *chat* sia il *webform* rappresenterebbero “*canali alternativi di contatto, affidabili e massivi*” a disposizione dei passeggeri<sup>105</sup>;

- le condotte contestate non avrebbero “*natura commerciale in relazione ad un prodotto*”, come richiesto dall’art. 20 del Codice del Consumo, che richiederebbe l’alterazione di un comportamento consumeristico di tipo economico non ravvisabile nel caso di specie, posto che non è dimostrato che le “*supposte*” inefficienze del servizio di assistenza (“*peraltro risolte od in via di risoluzione*”), se conosciute dal passeggero, avrebbero indotto ad una decisione economica diversa in relazione all’acquisto del biglietto<sup>106</sup>;

- molte delle segnalazioni lamentano la circostanza che per chiamare il *call center* sia necessario sbloccare la propria linea di rete fissa o il fatto che le chiamate sono interrotte al momento del tetto massimo di spesa, in relazione alle quali il vettore non avrebbe alcuna responsabilità posto che sarebbero “*da attribuirsi alla legislazione italiana che disciplina la materia*”<sup>107</sup>.

**65.** Più nel dettaglio, con riferimento alle condotte contestate, il professionista sostiene:

- in relazione all’assistenza speciale per i PMR, che il vettore avrebbe “*sperimentato importanti difficoltà tecniche con riguardo all’attribuzione dei posti specifici per i PMR*” che lo hanno “*costretto a sospendere il sistema di check-in online per i PMR, e ad invitare i suddetti passeggeri a contattare il call center*” e che tale disservizio si sarebbe verificato “*esclusivamente tra i mesi di febbraio e maggio 2014*” e sarebbe stato risolto il 20 maggio 2014<sup>108</sup>;

- in relazione alla scelta del volo sostitutivo in caso di variazione del piano di volo da parte del vettore, che non sussisterebbe alcun obbligo di fornire, ai sensi delle proprie CGT, assistenza gratuita ai passeggeri il cui volo abbia subito modifiche o ritardi che non rientrano nell’ambito di applicazione del Regolamento n. 261/2004<sup>109</sup>;

- in relazione alla facoltà di modifica della prenotazione, che la società offrirebbe 5 canali per effettuare il cambio (*online, webform, chat, call center e desk*) e il numero a sovrapprezzo sarebbe “*solo uno dei molteplici canali*”<sup>110</sup>;

- che le segnalazioni sarebbero frutto di una errata comprensione delle CGT, le quali indicherebbero chiaramente i casi in cui il passeggero non può utilizzare il sito *web* per effettuare la modifica e che tali casi sarebbero dovuti a “*ragioni tecniche legate al sistema informatico di Ryanair*”<sup>111</sup>;

- in relazione al cambio entro 24 ore, che tale procedura riguarda solo errori minori relativi “*ora e data*” e “*ortografia del nome*” e che la compagnia “*non sia tenuta a mettere a disposizione degli stessi una procedura completamente gratuita che permetta di correggere gli errori da loro commessi*”<sup>112</sup>;

<sup>105</sup> In particolare, il servizio di chat introdotto dal settembre 2013 in via sperimentale, funzionerebbe “*esattamente come una linea telefonica gratuita, permettendo al passeggero di comunicare in tempo reale con il servizio di assistenza*” (Memoria, p. 7).

<sup>106</sup> Memoria, p. 11. In tale prospettiva, le modalità di assistenza offerte da Ryanair sarebbero una “*componente eventuale di natura non economica di un prodotto principale, al quale sono solo eccezionalmente connesse*” (*ibid.*).

<sup>107</sup> *Id.*, p. 13.

<sup>108</sup> *Id.*, p. 14.

<sup>109</sup> *Id.*, p. 18.

<sup>110</sup> *Id.*, p. 31.

<sup>111</sup> *Id.*, pp. 34, 35.

<sup>112</sup> *Id.*, p. 32.

- in relazione all'emissione e utilizzo di *voucher*, che i disagi subiti dai passeggeri sarebbero frutto di una "*disattenzione dei passeggeri*", in quanto le informazioni fornite contestualmente all'emissione descrivono compiutamente le modalità di utilizzo dei medesimi<sup>113</sup>;
- in relazione alle residue fattispecie, che le informazioni rese disponibili sul sito sarebbero di per sé sufficienti e complete, descrivendo le modalità procedurali necessarie per ottenere l'assistenza richiesta e che, "*in tutti i casi, il disagio è stato creato dal passeggero stesso*"<sup>114</sup>.

#### **4) Le misure adottate da Ryanair nel corso del procedimento**

**66.** Nel corso del procedimento Ryanair ha volontariamente attuato alcune misure, integrando sotto alcuni profili quelle contenute negli Impegni e fornendo la disponibilità ad attuarne di ulteriori.

##### **- Istruzioni agli agenti del servizio chat**

**67.** In data 5 novembre 2014, il professionista ha fornito istruzioni generali agli agenti del servizio *chat*, indicando che "*ove possibile, gli agenti dovrebbero tentare di risolvere una richiesta via chat, mail manager, email o twitter piuttosto che reindirizzare il passeggero alle linee telefoniche di Ryanair. Le ipotesi includono (ma non sono limitate a): - richieste di fattura; - prenotazioni doppie; - cancellazione di tratte; - errori di spelling; - richieste di rimborsi; - abbinamento di una prenotazione di un minorenne; - assistenza ai PMR. Come sapete, ad oggi autorizziamo gli agenti a sottoporre moduli di pagamento esistenti, senza raccogliere il numero CVV*"<sup>115</sup>.

##### **- Assistenza speciale ai PMR**

**68.** Il professionista ha: - ridotto la tariffa applicabile al numero dedicato alle richieste di assistenza speciale<sup>116</sup>; - rimborsato i costi medi di chiamata sostenuti "*da tutti i passeggeri che a causa del problema tecnico sopra descritto abbiano contattato il call center nel periodo tra febbraio e maggio 2014*"<sup>117</sup>; - modificato le *e-mail* inviate ai PMR successivamente alla prenotazione, aggiungendo uno specifico riferimento ai canali non onerosi (il servizio *chat*) tramite i quali contattare il servizio clienti nel caso sia stato assegnato un posto non adatto a tale tipologia di passeggeri (ad es, perché vicino alle uscite di sicurezza)<sup>118</sup>; - aggiunto un link al servizio *chat* nella sezione domande frequenti dedicata ai passeggeri che necessitano di ossigeno terapeutico o assistenza tramite sedia a rotelle<sup>119</sup>.

<sup>113</sup> *Id.*, p. 21.

<sup>114</sup> Nello specifico, il passeggero sarebbe informato: (i) della necessità di telefonare al *call center* in relazione all'abbinamento di un minore ad una prenotazione già esistente; (ii) che la ricevuta di un biglietto è inviata insieme alla conferma della prenotazione, come evidenzerebbe il doc. n. 80 (al riguardo, l'invito dell'agente del servizio *chat* (docc. nn. 64 e 82) a telefonare al numero a sovrapprezzo sarebbe "*non corrett[o] e contraria alle specifiche indicazioni ricevute dalla società*"; Memoria, p. 27); (iii) che nel caso di "*doppia prenotazione*" dovuta ad un possibile disguido informatico, la sezione Domande Frequenti invita il passeggero a rivolgersi al *call center* per ottenere il rimborso.

<sup>115</sup> All. 7 alla Memoria (nostra traduzione dall'originale inglese: "*Where possible agents should attempt to resolve a customer query via CHAT, email, or twitter rather than redirect the customer to telephone Ryanair. Scenarios include (but not limited to) Invoice request; - Duplicate booking queries; - Route cancellation queries; - Spelling mistakes; - Refund request; - Adult/child cross reference PNR; - Add PRM assistance. As you know we know permit CHAT agents to resubmit existing forms for payment once the CVV number is NOT collected*").

<sup>116</sup> Da €0,63/min a €0,18/min (per chiamate da rete fissa) e €0,49/min, con €0,15 di scatto alla risposta (per chiamate da rete mobile) (cfr. Memoria, p. 15; rilevato d'ufficio, da ultimo, in data 28 novembre 2014).

<sup>117</sup> Il professionista ha allegato un elenco di oltre 500 prenotazioni in relazione alle quali ha proceduto al rimborso (cfr. all.2 alla Memoria).

<sup>118</sup> Cfr. all. n. 2 alla Memoria.

<sup>119</sup> All.ti 3 e 4 alla Memoria.

**- Modifiche del piano di volo**

69. Il professionista ha: - modificato le *e-mail* inviate ai passeggeri il cui volo è stato oggetto di una valutazione per inserire uno specifico riferimento ai canali non onerosi (*chat*) a disposizione degli stessi per contattare il servizio clienti<sup>120</sup>; - rimborsato ai segnalanti il costo medio di chiamata – e in un caso l'intero biglietto aereo<sup>121</sup>.

**- Cambio della prenotazione**

70. Il professionista ha: - aggiunto nella sezione *Domande Frequenti* relative al c.d. “periodo di grazia”, un *link* di rinvio al servizio *chat*, tramite il quale poter conoscere se l'errore rientra tra gli “errori minori” e apportare modifiche entro 24 ore dalla prenotazione<sup>122</sup>; - eliminato la linea telefonica dedicata all'assistenza prioritaria e, dal 14 novembre 2014, ridotto la tariffa del numero di assistenza ordinaria<sup>123</sup>; - rimborsato i costi medi di chiamata ai segnalanti che hanno dovuto contattare il servizio clienti per ragioni relative ad un cambio della prenotazione; - precisato all'interno delle CGT e in apposite sezioni delle *Domande Frequenti* i casi in cui la piattaforma *online* non consente al passeggero di apportare in autonomia modifiche alla prenotazione<sup>124</sup>; - reso possibile i cambiamenti del volo anche via *chat* a condizione che il metodo di pagamento sia lo stesso della prenotazione originaria<sup>125</sup>.

Successivamente alla chiusura della fase istruttoria, il Professionista ha comunicato di aver introdotto una nuova linea di assistenza per le “*Richieste dopo la prenotazione. Cambio di volo. Disagi di viaggio*”, su numerazione a sovrapprezzo con costo di 0,18€cent<sup>126</sup>.

**- Utilizzo di voucher**

71. Il professionista, oltre ad affermare di voler modificare il sistema dei *voucher* al fine di renderne possibile l'utilizzo *online*,<sup>127</sup> ha rimborsato i costi medi di chiamata dei segnalanti<sup>128</sup>.

<sup>120</sup> All.to 5 alla Memoria.

<sup>121</sup> Memoria, pp. 19-20.

<sup>122</sup> Memoria, p. 32 (il nuovo testo riporta che: “**24 ore per errori minori di prenotazione** I clienti che prenotano direttamente sul sito *Ryanair.com* hanno 24 ore di grazia dal momento della prenotazione originaria, per correggere eventuali errori minori (ad esempio, ortografia dei nomi, tratte non corrette / date) effettuate nella loro prenotazione originale. La preghiamo di contattare il nostro call centre, clicchi qui per ulteriori dettagli. In alternativa, clicchi qui per comunicare via chat con un agente del nostro team che sarà felice di assisterla”)

<sup>123</sup> Memoria, p. 37 e all.to 10 (la nuova tariffa è pari a 0,51€al minuto, come da ultimo confermato con comunicazione integrativa di Ryanair del 14.11.2014, doc. n. 94).

<sup>124</sup> In particolare, il professionista ha introdotto una nuova sezione: “**Quali prenotazioni non possono essere modificate online?** Le seguenti prenotazioni non possono essere modificate online (data/ora/tratta del volo): - Quando un volo interno viene sostituito con un volo internazionale o viceversa - Quando uno o più passeggeri hanno già effettuato il check-in online - Quando si fa un cambiamento parziale solamente a un volo (cambio di aeroporto) - Quando è stato applicato lo sconto per i residenti della Spagna - Quando è stato applicato lo sconto per famiglia numerosa spagnola. Per cambiare uno di questi tipi di prenotazione, chiamare un centro di contatto Ryanair oppure utilizzare il modulo di contatto o la chat online” (v. all. 13 alla Memoria). Precisazione analoga è contenuta nelle CGT (all. 14 alla Memoria).

<sup>125</sup> Memoria, p. 37 e all. 16.

<sup>126</sup> Comunicazione del 4 dicembre 2014 (prot. n. 56962). Il numero utilizzato è 8955698769; da rete mobile il costo è di 0,15€cent di scatto alla risposta e fino a 0,49€cent al minuto. Gli orari di disponibilità del servizio sono i seguenti: lun - ven, 8:00-19:00; sab 9:00-18:00 e 10:00- 18:00 la domenica (<http://www.ryanair.com/it/domande/come-contattare-lassistenza-clienti/>; ultimo accesso il 9 dicembre 2014).

<sup>127</sup> Si tratta di una generale affermazione di volontà, non supportata da alcuna documentazione (Memoria, p. 22: “la Compagnia ha deciso di modificare il sistema dei voucher emessi a beneficio dei possessori di carta di credito per permettere agli stessi di riscattarli on-line in futuro. Termini e condizioni di contratto saranno modificate per informare i passeggeri di tale cambiamento ed il sistema informatico sarà implementato per permettere ai passeggeri di inserire il voucher direttamente nella pagina di pagamento. I voucher già emessi saranno nuovamente riemessi con un nuovo codice che permetta di riscattarli on-line”).

<sup>128</sup> *Ibid.*, pp. 22-23.

### **- Altre richieste**

72. Il professionista ha modificato la sezione delle Domande Frequenti relativa a: - casi di “*doppio pagamento*”, fornendo informazioni sui dati necessari e le modalità per procedere alla correzione via *chat*; - le ricevute IVA, al fine di indicare un *link* al servizio *chat* a cui richiedere la fattura; - l’abbinamento di una prenotazione di un minore a quella di un adulto, informando il passeggero della possibilità di richiederla via *chat* o *webform*<sup>129</sup>.

## **IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

73. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore del trasporto ferroviario passeggeri, in data 18 novembre 2014 è stato richiesto il parere all’ Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

74. Con parere pervenuto in data 18 dicembre 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2 e 3, 21, comma 1, lett. b), d) e g), 22, 24 e 25, lett. d), del Codice del consumo. In particolare, l’Autorità ha osservato che, anche in base a precedenti decisioni dell’Autorità<sup>130</sup>, è necessario che ogni aspetto del contratto relativo al servizio di trasporto che comporti e/o sia suscettibile di comportare un onere economico connesso e/o aggiuntivo al servizio principale deve essere adeguatamente evidenziato nel corso del processo di prenotazione.

75. Nel caso di specie, la suddetta Autorità ha considerato che le informazioni presenti sul sito del vettore con riguardo al *call-center* in esame omettono alcune informazioni rilevanti per il consumatore, imponendogli oneri economici non prevedibili *ex ante* e che tale condotta risulta contraria alla diligenza professionale, nonché idonea a falsare le decisioni commerciali dei consumatori. Tali condotte risultano altresì aggressive, costituendo un ostacolo non contrattuale, oneroso e sproporzionato, imposto dal professionista qualora un consumatore intenda esercitare diritti contrattuali<sup>131</sup>.

## **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

### ***i) Considerazioni preliminari: rilievi procedurali***

76. In via preliminare, con riferimento alle eccezioni di tenore procedurale sollevate dal Professionista, si rileva che quest’ultimo ha potuto esercitare le proprie prerogative difensive “*che si compendiano nella possibilità di prendere visione degli atti del procedimento e di presentare memorie e documenti*”, nell’arco di tutta la durata del procedimento<sup>132</sup>, che ha avuto inizio il 6 giugno 2014. A tal fine, il professionista ha effettuato più volte accesso agli atti del procedimento ed ha presentato memorie scritte e documenti<sup>133</sup>. Inoltre, il professionista è stato ascoltato in audizione dagli uffici prima del termine di chiusura dell’istruttoria, fissato al 14 novembre 2014, ed ha altresì avuto a disposizione 15 giorni (in luogo dei 10 previsti dall’art. 16, co. 1 del

<sup>129</sup> Cfr. Memoria, pp. 25,27 e 30.

<sup>130</sup> Cfr. la delibera n. 19953 dell’11 giugno 2009, PS2145, *Bluexpress*.

<sup>131</sup> Cfr. il parere pervenuto il 18 dicembre 2014 (doc. 101), pp. 11-13.

<sup>132</sup> Per costante giurisprudenza, infatti, “*il procedimento amministrativo, secondo quanto stabilito dalla legge n. 241 del 1990, si ispira al principio generale del contraddittorio scritto, e non a quello dell’oralità, come emerge chiaramente dall’art. 10 della citata legge, e tale principio costituisce indubbiamente anche il criterio informatore del procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette come delineato dal citato Regolamento*” (*ex multis*, TAR Lazio, sez. I, 16 giugno 2011, n. 5390).

<sup>133</sup> Il professionista ha presentato due istanze di accesso, la seconda delle quali (in data 13 ottobre 2014) a distanza di quasi un mese dalla decisione di rigetto degli impegni (comunicata il 19 settembre 2014; cfr. docc. nn. 85, 88).

Regolamento) al fine di produrre proprie memorie o documenti prima della fine della fase istruttoria<sup>134</sup>.

**77.** Pertanto, a partire dall'inizio del procedimento, la parte ha avuto ampie possibilità di poter portare all'attenzione dell'Autorità – sia in forma scritta sia oralmente durante l'audizione – ogni elemento utile alla valutazione delle fattispecie oggetto di indagine, sia con riferimento alla “*dinamica delle procedure interne relative ai punti contestati*”, sia avuto riguardo alla o “*efficacia delle misure spontaneamente messe in atto per risolvere i profili di criticità*”<sup>135</sup>.

**78.** Infine, con riferimento agli obblighi di comunicazione e notifica ai sensi del d.lg.vo n. 70/2003, si rileva come gli stessi introducono un onere procedurale sussistente nei casi l'attività amministrativa riguarda un soggetto avente sede legale in uno Stato membro dell'Unione europea, rimettendo alla piena discrezionalità delle autorità estere l'opportunità di attivarsi in merito alle condotte oggetto di istruttoria. Rileva inoltre che, nel caso di specie, le condotte in esame riguardano specificamente i consumatori italiani (e le modalità di assistenza offerte a questi ultimi dal professionista) e che la decisione di chiudere l'istruttoria è stata assunta dopo quattro mesi dall'invio dell'informativa, senza aver ricevuto alcun riscontro sostanziale da parte delle autorità interessate<sup>136</sup>.

#### ***ii) segue: sull'unitarietà delle condotte***

**79.** Con riguardo alle condotte descritte *supra* ai parr. 2.2)-2.6), le stesse si collocano nell'ambito della fase di esecuzione del rapporto tra vettore e passeggero e, pur riguardando distinte ipotesi di esercizio di diritti, facoltà o prerogative del passeggero, sono unitariamente volte ad indurre quest'ultimo a ricorrere ad un servizio di assistenza telefonico a pagamento, non fornendo al passeggero canali alternativi non onerosi tramite i quali poter esercitare in maniera effettiva le proprie prerogative. Le diverse condotte, quindi, incidono complessivamente sul diritto del passeggero a ricevere un'adeguata ed effettiva assistenza post-vendita dal professionista, con particolare riferimento alla concreta ed effettiva azionabilità di specifici diritti o facoltà previste dal contratto di trasporto, dalla specifica regola tariffaria o comunque spettanti al passeggero in base alla legge o per concessione del vettore.

**80.** Si osserva peraltro che le linee telefoniche a sovrapprezzo, alle quali il professionista indirizza i propri passeggeri che richiedono assistenza in relazione alle fattispecie esaminate, sono gestite tramite una cornice contrattuale unitaria, nell'ambito della quale il professionista ha affidato a terzi sia la fornitura di servizi a valore aggiunto (VAS) su numerazioni a sovrapprezzo, sia il compito di gestire [*omissis*] le richieste di assistenza pervenute sulle numerazioni a sovrapprezzo dedicate ai passeggeri italiani<sup>137</sup>.

**81.** Pertanto, in considerazione dei profili di unitarietà sopra rilevati, per le ragioni di seguito indicate le condotte descritte integrano un'unica pratica commerciale scorretta, in violazione degli artt. 20, 21, co. 1, lett. b)-g), 22, 24 e 25, co. 1, lett. d) del Codice del Consumo.

#### ***iii) Profili sostanziali***

**82.** Il canale del *call center* rappresenta una modalità di accesso ai servizi di informazione e assistenza ai consumatori che tipicamente si aggiunge ai canali ordinari (sportelli fisici o canale *online*) tramite i quali il professionista consente al consumatore di ricevere informazioni

---

<sup>134</sup> Doc. n. 90.

<sup>135</sup> Memoria, pp. 4-5.

<sup>136</sup> Cfr., anche quanto accaduto in analoghi precedenti riguardanti vettori stranieri: PS7245 *Ryanair-Assicurazione viaggio* e PS7488 *Easyjet-Assicurazione viaggio* (in Boll. 7/2014).

<sup>137</sup> [*omissis*]

contrattuali, richiedere assistenza o esercitare altri diritti contrattuali. In quanto tale, l'attivazione di un *call center* presenta connotati di autonomia, sia sotto il profilo oggettivo sia soggettivo, integrando una pratica commerciale che si inserisce nei rapporti tra professionista e consumatore<sup>138</sup>.

**83.** Siffatta pratica, diffusa specialmente nell'ambito della fase di proposizione commerciale, è suscettibile di assumere profili di scorrettezza qualora, nella successiva fase di esecuzione contrattuale, non si affianchi alle modalità utilizzate ordinariamente dal professionista, ma rappresenta sostanzialmente l'unica possibilità messa a disposizione del consumatore per esercitare le proprie prerogative<sup>139</sup>. In tal modo, la pratica ha come effetto quello di subordinare l'esercizio di taluni diritti contrattuali ad una specifica modalità a carattere oneroso, che da un lato, addossa al consumatore i costi della chiamata ad una numerazione telefonica a sovrapprezzo e, dall'altro, può ostacolarlo e finanche dissuaderlo dal contattare il professionista.

**84.** Pertanto, fermo restando il diritto dell'impresa di prevedere – accanto ai canali ordinari di accesso ai servizi di informazione e/o assistenza contrattuale – una modalità agevolata di accesso (anche in mobilità) a carattere oneroso, deve invece ritenersi scorretta la pratica commerciale di indurre il consumatore, in maniera sistematica o esclusiva, a contattare il canale del *call center* a pagamento per ricevere servizi di assistenza, non altrimenti fruibili nell'ambito dei canali tradizionali, con l'effetto di rendere oneroso e, di fatto, ostacolare o scoraggiare l'esercizio di specifici diritti contrattuali.

**85.** Tanto premesso, la documentazione acquisita agli atti e sopra illustrata ha permesso di accertare che il professionista ha predisposto un sistema di assistenza ai passeggeri tale da indurre questi ultimi a rivolgersi necessariamente e sistematicamente a numerazioni a sovrapprezzo, le quali costituivano in relazione alle specifiche ipotesi di esercizio di facoltà o prerogative contrattuali esaminate, gli unici canali di fatto a disposizione del consumatore.

**86.** Nello specifico, come emerso dalle risultanze istruttorie, in una pluralità di circostanze, il vettore ha indotto il passeggero a rivolgersi ad un servizio di *call center* a pagamento al fine di:

(i) fornire informazioni circa l'assistenza speciale richiesta dai passeggeri a ridotta mobilità, ottenere l'assegnazione di un posto idoneo a bordo del velivolo e procedere al *check-in online* e alla stampa della carta di imbarco (cfr., *supra*, par. 2.2);

(ii) scegliere un volo sostitutivo, diverso da quello proposto in sostituzione, a seguito di una variazione del piano di volo effettuata unilateralmente dal vettore (cfr., *supra*, par. 2.3);

(iii) modificare la prenotazione effettuata, nei casi in cui la piattaforma *web* non consente di apportare tale cambiamento in autonomia (ad es., nel caso di cambiamenti relativi a voli nazionali o qualora sia già stato effettuato il *check-in online*) ovvero usufruire del "*periodo di grazia*" entro il quale correggere "*errori minori*" della prenotazione (cfr., *supra*, par. 2.4);

(iv) utilizzare *bonus* di credito concessi dal vettore in seguito a disagi subiti dal passeggero (cfr., *supra*, par. 2.5);

(v) richiedere la fattura commerciale per il biglietto acquistato, l'abbinamento di un passeggero minorenni o assistenza attraverso in relazione agli importi addebitati, come ad esempio, la restituzione di somme erroneamente addebitate al momento della procedura di prenotazione *online* nei casi di doppia prenotazione (cfr., *supra*, par. 2.6).

---

<sup>138</sup> Prov. n. 19622 del 12.3.2009 (PS740 - *Barclays Bank-Estinzione Mutuo*), confermato in sede di appello (Cons. Stato n. 3585/2012).

<sup>139</sup> Prov. n. 18997 del 16.10.2008 (PS371 - *Trenitalia Condizioni di trasporto e cambio titolo di viaggio*), confermato da TAR Lazio, sent. n. 5807 del 19.6.2009; cfr. anche la decisione cit. alla nota precedente e il provv. n. 23012 del 23.11.2011 (PS5014 - *SKY-Recesso contratto*)

**87.** In tutte le ipotesi esaminate, il professionista non consente al passeggero di ottenere un'effettiva assistenza tramite la piattaforma *web* – peraltro unica modalità con la quale il professionista procede alla vendita dei suoi voli – imponendo il ricorso ad una modalità onerosa di esercizio, alla quale è di fatto condizionato il concreto esercizio delle facoltà attribuite dalla legge o dalle condizioni di trasporto applicabili.

**88.** In tale contesto, le risultanze istruttorie hanno anche evidenziato l'esistenza di un'informativa ambigua e frammentaria in merito alla possibilità per il passeggero di modificare il volo effettuato e le relative modalità procedurali. In particolare, a fronte della generale e ampia possibilità di cambio attribuita al passeggero, in base alla quale *“qualsiasi cambiamento relativo al proprio volo (ma solo prima di effettuare il check-in online) può essere eseguito online visitando la sezione ‘La mia prenotazione’*”, di fatto esistono numerose ipotesi nelle quali il sito *web* non consente la modifica in autonomia. Soltanto nel corso del procedimento il vettore ha individuato ed esposto in maniera organica tali eccezioni tra le proprie informative<sup>140</sup>.

**89.** Analogamente, con riferimento alla procedura di correzione dei minori errori di prenotazione, che il vettore attribuisce al passeggero entro 24 ore dall'acquisto del biglietto, le informative presenti sul sito non permettono di individuare in anticipo quali debbano intendersi *“errori minori”*, così inducendo il passeggero a chiamare il *call center* per avere tale informazione<sup>141</sup>. Inoltre, dai riscontri acquisiti, è emerso che tale procedura di correzione è di fatto attivabile unicamente mediante chiamata al *call center*, come confermato dagli stessi operatori del servizio di assistenza via chat di Ryanair che invitano il passeggero a rivolgersi al *call center* per tali modifiche, affermando che la stessa modifica, se effettuata tramite il sito, prevedrebbe l'applicazione di una penale<sup>142</sup>.

**90.** Significative sono inoltre le vicende correlate all'utilizzo dei *bonus* di credito che il professionista dichiara di emettere *“in via eccezionale ed unicamente sulla base della sua buona volontà”*, salvo poi ricomprendere ipotesi ordinarie, quali i *“casi in cui, come chiaramente indicato nelle CGdT, il biglietto non possa essere modificato”*<sup>143</sup>. In tali casi, quindi, non solo il passeggero non è informato in anticipo circa la possibilità di cambiare tale tipo di prenotazioni<sup>144</sup>, ma subordinare l'utilizzo del *voucher* alla chiamata al numero a sovrapprezzo, determina una moltiplicazione degli esborsi per il passeggero che, dopo aver chiamato il *call center* una prima

---

<sup>140</sup> Come visto, tali ipotesi riguardano numerose fattispecie, ulteriori all'esistenza del *check-in online*, quali: *“Quando un volo interno viene sostituito con un volo internazionale o viceversa; - Quando uno o più passeggeri hanno già effettuato il check-in online; - Quando si fa un cambiamento parziale solamente a un volo (cambio di aeroporto); - Quando è stato applicato lo sconto per i residenti della Spagna; - Quando è stato applicato lo sconto per famiglia numerosa spagnola”* (Memoria, all.ti 13 e 14; in neretto, sono evidenziati le ipotesi in relazione alle quali le CGT (doc. n. 61) esistenti al momento dell'avvio del procedimento consentivano, in apparenza, la modifica tramite il sito).

<sup>141</sup> Il professionista conferma, al riguardo, che i casi che rientrano tra gli *“errori minori”* sono comunicati solo al personale del servizio clienti per *“uso esclusivamente interno”* (cfr. Risposta, p. [ ]).

<sup>142</sup> Cfr. doc. n. 64, ove il servizio di assistenza via chat indica chiaramente che *“deve chiamare al 895 895 89 89 per fare la modifica e risparmiare”*; analogamente, doc. n. 62, per cui *“se hai fatto la prenotazione entro 24 ore...devi chiamare i miei colleghi del centro prenotazione e possono modificarla”* e doc. n. 82 in cui si precisa che la variazione, entro 24 ore, si può fare *“sempre dal call center”* (v. anche docc. nn. 47 e 55 per l'impossibilità di modificare *online* una prenotazione entro 24 ore).

<sup>143</sup> Cfr. Risposta, p. 8 e Memoria, p. 21.

<sup>144</sup> Invero, le CGT indicano come possibile qualunque cambiamento, anche relativo ad un volo nazionale (cfr. doc. n. 61), mentre il vettore *“informa il cliente riguardo l'impossibilità di effettuare tali richieste tramite una finestra ‘pop-up’ che appare sul sito internet nel momento in cui il passeggero presenta la sua richiesta di cambio”* (Risposta, p. 8).

volta per richiedere un cambiamento del volo nazionale, dovrà contattarlo anche successivamente, per riscattare e utilizzare il *bonus* emesso, entro il periodo di validità dello stesso<sup>145</sup>.

**91.** Al riguardo assumono rilevanza quegli elementi probatori da cui emergono i vani tentativi di contatto effettuati dai passeggeri mediante il ricorso a modalità alternative quali il *webform* o la *chat*, ai quali il professionista ha fornito riscontro indirizzando il passeggero al numero a pagamento<sup>146</sup>.

**92.** Invero sia la *webform* sia la *chat* non sono risultati strumenti in grado di fornire una assistenza pronta ed effettiva alle esigenze dei passeggeri. Al riguardo, basti rilevare che:

- il *web form* si presenta come un *form* predefinito (con caratteri limitati) a finalità prevalentemente informative, al quale il vettore fornisce risposta anche a distanza di alcuni giorni, spesso rinviando con testo standard alla lettura delle CGT o invitando il passeggero a contattare il *call center* per ricevere assistenza (cfr. docc. nn. 65, 68, 80)<sup>147</sup>. Significativa appare la circostanza per cui, nei casi in cui il passeggero richiedeva ripetutamente tramite il *web form*, di essere contattato, rappresentando l'impossibilità di comunicare con gli operatori del *call center*, tale richiesta è rimasta inascoltata (docc. nn. 57, 67-68).

- la *chat online* è stata introdotta in alcune sezioni del sito dal settembre 2013<sup>148</sup> e, come confermato dagli operatori di tale servizio, aveva uno scopo meramente informativo non potendo modificare le prenotazioni o accettare pagamenti. Gli stessi operatori del servizio *chat* invitavano il passeggero in relazione alle fattispecie contestate a chiamare il *call center* al fine di ricevere l'assistenza richiesta, a nulla rilevando l'impossibilità di procedere tramite il sito internet e senza indicare modalità alternative<sup>149</sup>. A ciò si aggiunge che il servizio in questione è "fornito dagli stessi operatori e con le stesse modalità del *call center*", risultando quindi soggetto a limiti di accessibilità, in funzione degli operatori disponibili, degli orari di apertura e dell'infrastruttura tecnologica<sup>150</sup>.

**93.** Quanto finora esposto evidenzia come il professionista consenta quindi l'esercizio di particolari facoltà del passeggero unicamente tramite *call center* e, in alcuni casi, anche in assenza di una adeguata informativa preventiva circa l'assenza di modalità alternative. Il passeggero, naturalmente indotto a ritenere di poter gestire la propria prenotazione *online* (essendo il canale principale tramite il quale il vettore vende i propri servizi e consente ai passeggeri di gestire la propria prenotazione) non è quindi in grado di percepire in maniera diretta l'onerosità associata all'esercizio di prerogative che sono normalmente fruibili senza oneri aggiuntivi, in quanto

<sup>145</sup> Come emerge dai casi sub docc. nn. 44 e 45. In un caso, proprio i ripetuti e vani tentativi di chiamare il *call center* hanno determinato i disagi ai quali il *bonus* intendeva rimediare.

<sup>146</sup> Cfr., ad esempio i docc. nn. 29, 46 e 82, in relazione alle fatture IVA, nn. 48, 49, in relazione ad una variazione del piano di volo, nn. 59-60 e 62, 81-82 in relazione al cambio della prenotazione.

<sup>147</sup> Ciò anche nel caso in cui il passeggero intendeva esercitare la possibilità di correggere minori errori entro 24 ore, la risposta giunta oltre le 24 ore tramite *webform* rinviava inutilmente a chiamare il *call center* alla numerazione a sovrapprezzo (doc. n. 60).

<sup>148</sup> La *chat* era offerta al consumatore come *pop-up* solo in alcune sezioni del sito (e dopo un certo tempo di permanenza). Dopo l'avvio del procedimento, il Professionista ha previsto in via generale la possibilità di richiedere una conversazione via *chat* con un operatore direttamente nella sezione contatti (che è stata modificata).

<sup>149</sup> Cfr. doc. n. 62, ove l'agente del servizio *chat* afferma che la *chat* "...is for general inquiries only" e poiché "the website is full of bugs", invitava il passeggero a chiamare al numero a pagamento. Analogamente, nei docc. nn. 64 e 82, l'operatore invitava il passeggero a telefonare al numero a pagamento per cambiare un volo nazionale, ottenere una fattura IVA e correggere minori errori di prenotazione, senza fornire informazioni su quali possano essere considerati tali.

<sup>150</sup> Nella specie, oltre ad essere aperto dalle 9:00 alle 18:00, il servizio *chat* non risulta disponibile nei giorni del fine settimana (cfr. doc. n. 82, all.1). Come peraltro conferma il professionista, lo stesso è attualmente oggetto di potenziamento, mediante investimenti in termini di infrastruttura informatica e risorse umane, al fine di aumentare la percentuale di contatti gestiti tramite tale canale (attualmente pari a circa il 10% dei contatti; cfr. verbale di audizione del 14 novembre 2014, p. 3; doc. n. 95).



strettamente associate e conseguenti all'acquisto del titolo di viaggio (e per le quali, peraltro, non v'è neppure ragione di prevedere un ulteriore sovrapprezzo, attesa l'esistenza di penali già richieste per l'esercizio della facoltà, come nel caso della modifica dei dati della prenotazione).

**94.** Rileva inoltre l'offerta ai consumatori di un numero telefonico dedicato all'assistenza "prioritaria", presentato in base alla sua denominazione e al più elevato costo minutario (il più alto tra le linee di assistenza offerte e pari a circa due euro in caso di chiamata da rete mobile), al quale non corrispondono modalità di funzionamento tali da distinguerlo in maniera sostanziale dagli altri, e specialmente da quello dedicato all'assistenza ordinaria. In particolare, le risultanze istruttorie hanno evidenziato che la numerazione "prioritaria" non assicura una reperibilità sostanzialmente diversa da quella ordinaria (se non nei limiti di una/due ore al giorno), né è accompagnato da *performance* di fatto migliori di quest'ultimo, in termini, ad esempio, di tasso di risposta delle chiamate<sup>151</sup>.

**95.** I rilevati profili di scorrettezza sono ulteriormente rafforzati da due aspetti costitutivi della pratica. In primo luogo, l'estrema onerosità delle linee telefoniche dedicate all'assistenza dei passeggeri italiani, come risultante dalle seguenti caratteristiche proprie del loro funzionamento:

- tariffe minutarie particolarmente elevate, applicate anche durante il periodo di attesa in coda<sup>152</sup>, dalle quali il vettore trae una apprezzabile remunerazione, anche al netto dei costi di funzionamento delle linee (v. *supra* tabella n.1);
- utilizzo, per tutte e tre le tipologie di linee telefoniche, di una numerazione di tipo 895, da cui conseguono sia limiti di tempo entro i quali la richiesta di assistenza deve essere risolta (pena la necessità di dover contattare di nuovo il *call center*) sia la necessità di sbloccare le utenze fisse domestiche (o lavorative) dalle quali poter raggiungere le numerazioni (con la conseguenza di indurre il passeggero a chiamare da rete mobile, ove le numerazioni non sono preventivamente bloccate, e sottoporsi ad un esborso economico ancor maggiore).

**96.** In secondo luogo, le difficoltà di accesso alle stesse numerazioni, come derivanti da:

- i limiti di accessibilità, in relazione a determinate fasce orarie e agli standard di servizio pattuiti con il fornitore, che non sono tali da assicurare una risposta effettiva a tutte le richieste di assistenza ricevute, registrando percentuali particolarmente basse nel periodo oggetto di accertamento (nel caso della linea di assistenza prioritaria, ad esempio, comprese tra il [60-80%]<sup>153</sup>;
- i disagi incontrati dai passeggeri nel contattare il vettore e, nella specie, nel raggiungere un operatore disponibile, parlare in maniera continuativa con il medesimo e ottenere assistenza prima di interruzioni automatiche della conversazione<sup>154</sup>. Tali difficoltà di contatto hanno non solo costretto il passeggero a sostenere esborsi economici rilevanti, ma anche indotto a rinunciare ad

<sup>151</sup> Cfr., *supra*, par. 2.1 e tabella n. 2.

<sup>152</sup> Ad esempio, la tariffa prevista per le richieste di assistenza speciale (anche come ridotta successivamente all'avvio del procedimento a 0,18-0,49 €cent/min) continua ad essere superiore a quanto applicato dal Professionista in altri Paesi, ove il servizio è offerto al costo di una chiamata nazionale (ad es. Irlanda o Regno Unito) o addirittura a 0,09€min (Spagna). Analogamente, in caso di richieste di assistenza speciale, i vettori concorrenti offrono numeri verdi con cui comunicare con il vettore, liberamente accessibili da rete fissa e senza sovrapprezzo (ad es. EasyJet offre un numero verde gratuito; cfr. <http://supporto.easyjet.com/case-4607> e Vueling un numero unico a tariffazione ridotta del tipo 199; <http://www.vueling.com/it/siamo-vueling/contatti>; ultimo accesso in data 14 novembre 2014).

<sup>153</sup> V. *supra* Tabella n.2. [omissis]

<sup>154</sup> Nella pressoché totalità dei casi segnalati, il consumatore ha sopportato lunghe e costose attese, al termine delle quali non è stato nemmeno assicurato il contatto con l'operatore (cfr., ad es., docc. nn. 80-81, 74, 72, 70, 68, 65, 57, 54, 48, 24, 22) e, ove questo è avvenuto, lo stesso si è interrotto in maniera improvvisa per raggiungimento del limite massimo di chiamata o per altri imprevisti tecnici (cfr. docc. nn. 68, 67, 55, 47, 45, 44, 34, 32, 21, 20, 5).

esercitare il diritto o la facoltà attribuita, divenuta sostanzialmente antieconomica e meno conveniente dell'acquisto di un nuovo biglietto con il vettore<sup>155</sup>.

**97.** A quest'ultimo riguardo, risulta la diffusa consapevolezza del professionista circa le difficoltà (se non impossibilità) di contatto del professionista e la loro idoneità ad arrecare un serio pregiudizio ai consumatori. Infatti, agli stessi passeggeri che hanno più volte portato a conoscenza i disagi, anche economici, incontrati al fine di comunicare con il servizio clienti ed esercitare le proprie legittime prerogative, il professionista ha perseverato nell'invitarli a chiamare il *call center*, di fatto preferendo incamerare i ricavi derivanti dalle numerazioni a sovrapprezzo, piuttosto che offrire loro un ristoro serio ed immediato.

**98.** Da quanto esposto emerge dunque la scelta commerciale ed organizzativa del professionista che, operando esclusivamente *online* nella fase di promozione e vendita dei servizi, ha predisposto un servizio di assistenza alla clientela nella fase post-vendita a carattere oneroso e con finalità remunerative, mediante l'impiego di numerazioni a sovrapprezzo, al quale il passeggero è costretto a rivolgersi per l'esercizio di diverse prerogative contrattuali, sostenendo costi di contatto del professionista potenzialmente esorbitanti e tali da ostacolare o rendere estremamente difficoltoso un'assistenza piena ed effettiva, fino a vanificare l'esercizio stesso dei diritti ad esso spettanti<sup>156</sup>.

**99.** In particolare, prevedendo o prospettando quale unica modalità di accesso all'assistenza il canale del *call center* a pagamento, il professionista ha di fatto subordinato ad una modalità onerosa l'esercizio di talune legittime facoltà pertinenti alla fase di esecuzione contrattuale, così imponendo un sovrapprezzo particolarmente elevato a carico del consumatore, non previamente indicato, né prevedibile nel suo importo finale, tale da costituire un ostacolo significativo all'esercizio dei suoi diritti.

**100.** Inoltre, specialmente nel caso di diritti attribuiti dalle condizioni contrattuali applicabili, le modalità onerose alle quale il vettore ha condizionato il relativo esercizio sono altresì idonee ad alterare il contenuto economico della prestazione principale, non essendo possibile percepire *ex ante* l'effettivo esborso associato all'esercizio delle prerogative che si accompagnano normalmente al titolo di viaggio originariamente acquistato, qualora non fruibili tramite l'ordinaria modalità *online* con cui è concluso il contratto relativo alla prestazione principale.

**101.** Pertanto, e in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, si ritiene che – inducendo il consumatore a ricorrere ad una numerazione a sovrapprezzo al fine di esercitare taluni diritti contrattuali – il professionista ha di fatto imposto un onere economico aggiuntivo e non determinabile a priori, suscettibile di influenzare il comportamento economico del consumatore, mediante l'introduzione di un ostacolo idoneo a limitare e finanche impedire il pieno ed effettivo esercizio di specifici diritti afferenti la fase di esecuzione contrattuale, in violazione degli articoli 20, 24 e 25, lett. d) del Codice del Consumo. Inoltre, attesa la rilevanza che i diritti interessati rivestono in relazione alla prestazione principale, la stessa condotta assume connotati omissivi, suscettibili di influenzare il comportamento economico del consumatore in relazione alla prestazione principale, posto che l'onere associato all'esercizio delle facoltà contrattuali nella fase di assistenza post-vendita costituisce un esborso economico, non immediatamente percepibile né previamente definibile dal consumatore, in violazione degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo.

---

<sup>155</sup> Cfr., ad esempio, docc. nn. 13, 83, 84.

<sup>156</sup> Cfr. provvedimenti n. 18997 del 16 ottobre 2008, *Boll.* n. 39/2008 e n. 19622 del 12 marzo 2009, *Boll.* 10/2009.

*iv) segue: la contrarietà alla diligenza professionale*

**102.** La contrarietà della pratica commerciale in esame al normale grado di diligenza e competenza esigibile dal professionista è valutabile avuto riferimento alle dimensioni del vettore aereo (che rappresenta il secondo operatore attivo in Italia per numero di passeggeri imbarcati), nonché all' idoneità delle pratiche ad incidere su diritti e facoltà del consumatore afferenti alla fase post-vendita.

**103.** Rilevano, nella specie, la modalità esclusivamente *online* della piattaforma con cui opera il professionista e il grado di sviluppo tecnologico che caratterizza il modello di business delle compagnie aeree. In tale contesto, appare sostanzialmente inadeguato prevedere, e indurre il consumatore a seguire, modalità di contatto tradizionali ed onerose, quali la linea telefonica a pagamento, nel caso in cui il passeggero voglia esercitare diritti connessi alla prestazione principale, specialmente qualora non siano idonei a garantire un effettivo esercizio degli stessi.

**104.** Nel caso di specie, appare inoltre contrario al principio di buona fede che informa la fase dell'esecuzione contrattuale, la pratica del professionista di indirizzare il passeggero, che spontaneamente aveva fatto ricorso a strumenti telematici alternativi al fine di richiedere assistenza, a chiamare il numero a sovrapprezzo, senza adottare comportamenti cooperativi al fine di consentirgli un esercizio effettivo delle proprie prerogative. Ciò appare tanto più evidente, in relazione a quelle ipotesi in cui il passeggero è costretto a richiedere assistenza in conseguenza di inefficienze organizzative proprie del vettore (ad es., la sospensione del *check-in online* per i PMR, le variazioni dei piani di volo o l'utilizzo di *voucher* concessi a ristoro di disagi subiti).

**105.** Al riguardo, rileva inoltre la circostanza per cui le numerazioni utilizzate (del tipo 895.XXX) sono normalmente utilizzate per l'offerta di servizi a sovrapprezzo all'utenza (e in tal senso si giustifica l'esistenza di un limite alla fatturazione previsto dalla regolamentazione applicabile) e non appaiono, nel caso di specie, conformi al tipo di servizio offerto (trattandosi di assistenza post-vendita al passeggero). Al contrario, nel caso di "*servizi di assistenza clienti*" (*customer care*), il Piano di Numerazione Nazionale dedica una differente tipologia di numerazioni (tipo "192"), alla quale si aggiungono altre tipologie di numerazioni in concreto utilizzabili (e utilizzate dai vettori concorrenti), quali quelli con addebito al chiamato (tipo "800") o con numero unico (tipo "199") che per loro natura "*escludono ogni tipo di sovrapprezzo e/o remunerazione del chiamato*", coprendo unicamente i costi di trasporto e gestione della chiamata<sup>157</sup>.

**106.** Infine, assume rilievo quanto previsto con valenza generale per altri settori del commercio elettronico dall'art. 5, par. 1, lett. c) della Direttiva 2000/31/CE dell'8 giugno 2000 ("Direttiva sul commercio elettronico")<sup>158</sup> e dall'art. 62 della Direttiva n. 2011/83/UE del 25 ottobre 2011 ("Direttiva sui diritti dei consumatori")<sup>159</sup>, che richiedono al professionista che vende servizi a distanza di predisporre strumenti di contatto efficaci e facilmente accessibili per i consumatori che necessitano assistenza in relazione al contratto concluso.

<sup>157</sup> Cfr. all. A, Delibera AgCom n. 52/12/CIR, artt. 15-18, 20.

<sup>158</sup> Ai sensi del quale "*gli Stati membri provvedono affinché il prestatore renda facilmente accessibili in modo diretto e permanente ai destinatari del servizio e alle competenti autorità almeno le seguenti informazioni: [...] c) gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lui, compreso l'indirizzo di posta elettronica*". La norma è stata recepita in Italia dall'art. 7, par. 1, lett. c) del D.lgs. n. 70/2003.

<sup>159</sup> Ai sensi del quale "*[g]li Stati membri garantiscono che, qualora il professionista utilizzi una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore per telefono in merito al contratto concluso, il consumatore non sia tenuto a pagare più della tariffa di base quando contatta il professionista*". In Italia la norma è stata recepita dall'art. 62 del Codice del Consumo; tali disposizioni peraltro non si applicano ai servizi di trasporto passeggeri in quanto oggetto di specifica legislazione (cfr. cons. 27).

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**107.** Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 di euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**108.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

**109.** Con riguardo alla gravità della violazione oggetto del presente provvedimento, si tiene conto della dimensione del professionista, uno dei principali vettori nazionali, con un fatturato rilevante. Si tiene inoltre conto dell'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori in ragione del mezzo utilizzato (il sito *internet* della società) e dell'ampio numero di diritti e prerogative sulle quali la pratica ha inciso, che spaziano dall'assistenza speciale, ai cambi di prenotazione, alle variazioni di rotta, fino alle richieste di assistenza in relazione ad addebiti e fatturazione. Si tiene quindi conto della estesa lesività della pratica in esame, idonea ad incidere sull'esercizio di una pluralità di facoltà contrattuali successive all'acquisto del titolo di viaggio e, incidendo anche su talune caratteristiche della prestazione principale, suscettibile di influenzare le scelte di acquisto dei consumatori (cfr., ad esempio, la generale possibilità di modificare la propria prenotazione fino a 4 ore prima della partenza, o di correggere gratuitamente taluni errori della prenotazione entro 24 ore).

**110.** Assume inoltre rilievo la situazione di dipendenza in cui versano i passeggeri nella fase di esecuzione contrattuale, nell'ambito della quale è essenziale la pronta e tempestiva cooperazione del vettore al fine di consentire al passeggero di esercitare utilmente i diritti o le facoltà previste in base alla legge o alle condizioni di trasporto applicabili. Tale circostanza è particolarmente evidente nel caso delle condotte relative ai passeggeri a mobilità ridotta (cfr. par. 2.2), categoria quest'ultima particolarmente vulnerabile, sulla quale la necessità di "*garantire un viaggio senza problemi*" esercita indubbiamente un forte condizionamento delle relative scelte. Rileva inoltre l'elevato numero di contatti e di ricavi registrati dal professionista, oltre che l'ampissimo numero di segnalazioni ricevute.

**111.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal mese di giugno 2012 ed è tuttora in corso, in considerazione dell'inidoneità delle misure attuate a rimuovere nella loro interezza i profili oggetto di istruttoria.

**112.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Ryanair Ltd nella misura di 700.000 € (*settecentomila euro*).

**113.** Si tiene peraltro conto che nel corso del procedimento il professionista ha parzialmente modificato la sua condotta, anche integrando gli impegni che aveva presentato, mediante l'attenuazione di alcuni aspetti dei diversi profili di ingannevolezza e scorrettezza oggetto di accertamento, da un lato, e provvedendo ad un ristoro forfettario dei costi medi di chiamata sostenuti dai segnalanti, dall'altro. Rileva, in particolare, l'eliminazione del numero a sovrapprezzo dedicato all'assistenza "prioritaria", la riduzione delle tariffe dei numeri dedicati all'assistenza speciale, alle richieste di assistenza generali e a quelle successive alla prenotazione, nonché il progressivo potenziamento di strumenti alternativi tramite i quali contattare il servizio clienti (ad

es., il servizio di *chat online*). In considerazione di ciò, si ritiene congruo diminuire l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 500.000 € (*cinquecentomila* euro).

**114.** Dal momento che, nel caso di specie, sussiste la circostanza aggravante della recidiva, in quanto Ryanair Ltd risulta già destinataria di altri provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni del Codice del Consumo in materia di pratiche commerciali scorrette<sup>160</sup>, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 550.000 € (*cinquecentocinquantamila* euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 lett. d) del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'imposizione di un ostacolo a carattere oneroso, non previamente percepibile dal consumatore, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore in relazione all'esercizio di talune legittime prerogative del passeggero nella fase di esecuzione contrattuale;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Ryanair Ltd., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 22, 24 e 25 lett. d) del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare a Ryanair Ltd. una sanzione amministrativa pecuniaria di 550.000 € (*cinquecentocinquantamila* euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di 90 giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al decreto legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la

---

<sup>160</sup> Cfr. da ultimo, delibera n. 24711 del 20 dicembre 2013, caso PS7245 - *RYANAIR-ASSICURAZIONE VIAGGIO* in Boll. 7/2014), oltre alla precedente delibera n. 22511 del 15 giugno 2011 (PS892 - *RYANAIR*; in Boll. n.24/2011) e alle delibere di inottemperanza n. 23613 del 30 maggio (IP117 - *RYANAIR*; Boll. n.22/2012) e n. 24290 del 27 marzo 2013 (IP117B - *RYANAIR*; in Boll. n. 15/2013).

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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---

**PS9350 - PERFOLINE-GLUCOBURNER E DECABURNER***Provvedimento n. 25248*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);VISTO l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*” (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTO il proprio provvedimento del 28 maggio 2014, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso la sede di Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta;

VISTO il proprio provvedimento del 25 giugno 2014, con il quale è stata deliberata l'adozione della misura cautelare, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

1. Perfoline SA, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo. Perfoline SA è un operatore estero con sede in Lussemburgo, attivo, tra l'altro, nel settore della vendita on line ai consumatori di prodotti dimagranti e per la cura della persona. Con riguardo ai prodotti venduti in Italia, Perfoline SA ha realizzato ricavi pari a 715.680 euro nel 2013 e a 1.644.540 nel 2014<sup>1</sup>.

2. Perfoline SAS, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Codice del Consumo. Perfoline SAS è un operatore estero con sede in Francia, attivo, tra l'altro, nel settore della vendita ai consumatori di prodotti dimagranti e per la cura della persona. Il bilancio di esercizio della società relativo all'anno 2013 mostra un fatturato di 7.103.300 euro<sup>2</sup>.

3. Open Public Service SARL (di seguito, anche “Open Public Service”), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18 lett. b) del Codice del Consumo. Open Public Service è un

---

<sup>1</sup> Cfr. Dichiarazione resa il 26 novembre 2014 da [omissis] fiduciaria che assicura la contabilità di Perfoline SA.

<sup>2</sup> Cfr. Estratto dal sito *societe.com*. Al riguardo vale precisare che, nonostante le richieste indirizzate a Perfoline SAS, quest'ultimo non ha fornito il proprio bilancio.

operatore estero con sede in Romania che presta servizi informatici e supporto tecnico per la registrazione e l'utilizzo di siti internet.

4. Gn Freight Veltrans Giamel Nardi di Giampaolo Elisabetta (di seguito, anche "Veltrans"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18 lett. b) del Codice del Consumo. Veltrans fornisce servizi di spedizione per prodotti di vario genere.

5. U.DI.CON (Unione Difesa Consumatori), distretto di Lucca, in qualità di segnalante.

## II. LA PRATICA COMMERCIALE

6. Il procedimento concerne la presunta scorrettezza della pratica posta in essere da Perfoline SA e Perfoline SAS, consistente segnatamente nella promozione e vendita di numerosi prodotti asseritamente dimagranti con modalità similari, di seguito descritte, idonee a indurre in errore i consumatori sulle caratteristiche degli stessi e, quindi, a influenzare sensibilmente la decisione commerciale dei consumatori di acquistare o meno detti prodotti.

7. Più in particolare, la condotta oggetto di analisi istruttoria riguarda la diffusione di messaggi e claim, attraverso appositi siti mono-prodotto, volti a evidenziare in modo enfatico i risultati immediati, semplici e duraturi in termini di perdita di peso, ottenibili per effetto della mera assunzione dei prodotti in questione, non essendo necessario intraprendere alcuna attività sportiva o un regime alimentare ipocalorico ed equilibrato.

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

### 1) *L'iter del procedimento*

8. Nel periodo ricompreso tra ottobre 2013 e aprile 2014 sono pervenute svariate segnalazioni - di cui una dell'U.DI.CON - tese a rappresentare all'Autorità il comportamento scorretto posto in essere da Perfoline SA e Perfoline SAS nell'attività di promozione e vendita di prodotti asseritamente dimagranti, effettuata principalmente tramite siti mono-prodotto, ma anche a mezzo stampa, *youtube* e *social network*, *email/newsletter* inviate ai consumatori.

In particolare, i segnalanti hanno riportato che Perfoline SA e Perfoline SAS pubblicizzavano e commercializzavano prodotti - tutti a base di estratti di sostanze naturali (quali carciofo, caffè verde, cavolo, peperoncino, aceto di sidro di mele e maté verde) - mediante la diffusione di messaggi che attribuivano ai medesimi prodotti, con notevole enfasi grafica, il vanto prestazionale di garantire significativi dimagrimenti senza sforzi eccessivi e in maniera duratura<sup>3</sup>.

9. In data 28 maggio 2014 è stato disposto l'avvio del procedimento istruttorio PS9350, ai sensi degli artt. 27, comma 3, del Codice del Consumo e 6 del Regolamento nei confronti di Perfoline SA, Perfoline SAS, Open Public Service e Veltrans, per verificare le ipotesi di violazione degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lett. a) e b), 22 del Codice del Consumo.

Con la medesima comunicazione le Parti sono state invitate, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti al fine di valutare i presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo<sup>4</sup>.

10. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, l'Autorità ha autorizzato accertamenti ispettivi presso Veltrans, eseguiti in data 4 giugno 2014<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Docc. 1, 11-17.

<sup>4</sup> Doc. 18.

<sup>5</sup> Doc. 19.



11. In data 9 e 20 giugno 2014 Perfoline SA ha presentato le sue note difensive<sup>6</sup>.

12. Verificata la sussistenza dei presupposti di *periculum in mora* e *fumus boni iuris*, l’Autorità, nel corso dell’adunanza del 25 giugno 2014, ha intimato: (i) a Perfoline SA, Perfoline SAS e Opem Public Service di sospendere ogni attività di promozione dei prodotti oggetto del procedimento, svolta tramite siti mono-prodotto, *call center*, stampa, *social network*, *email/newsletter*, con l’impiego di contenuti informativi del tenore simile e/o uguale rispetto a quelli vagliati; (ii) a Veltrans di sospendere l’attività di assemblaggio e confezionamento dei Prodotti<sup>7</sup>.

13. A seguito di tale provvedimento i professionisti Parti del procedimento hanno comunicato all’Autorità l’intenzione di conformarsi alla statuizione sull’inibitoria in esso contenuta, riportando l’avvenuta sospensione delle attività censurate<sup>8</sup>.

14. In data 11 novembre 2014 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento<sup>9</sup>. Successivamente, i professionisti Parti del procedimento hanno depositato le proprie memorie conclusive<sup>10</sup>.

## 2) *Le evidenze acquisite*

### **a) I prodotti asseritamente dimagranti e le relative modalità di promozione e commercializzazione**

15. Le rilevazioni effettuate d’ufficio e gli elementi acquisiti hanno consentito di individuare i prodotti la cui assunzione, secondo i messaggi diffusi da Perfoline SA e Perfoline SAS, avrebbe dovuto consentire risultati eccezionali in termini di perdita di peso: “Carcioforte”, “CaféForm”, “Cavolo Forte”, “Decaburner”, “Maggie Drozd”, “Total Fit 2020”, “Glucoburner”, “Slim 5”, “Abrelax 3”, “Caffè Verde Forte Plus”, “Ketomang Express Forte” (di seguito anche i “Prodotti”)<sup>11</sup>.

16. L’attività istruttoria ha lasciato emergere che i Prodotti sono stati presentati su appositi siti internet mono-prodotto (di seguito anche i “Siti”) tramite l’indicazione di vanti enfatici relativi alla promessa di un sicuro, immediato, duraturo e notevole dimagrimento, spesso precipuamente quantificato, anche con l’ausilio di immagini e l’utilizzo di terminologia e riferimenti scientifici.

Tali modalità promozionali sono riportate sinteticamente nella seguente tabella<sup>12</sup>.

---

<sup>6</sup> Docc. 20-20.1.

<sup>7</sup> Doc. 21.

<sup>8</sup> Docc. 22-23-24-25.

<sup>9</sup> Doc. 26.

<sup>10</sup> Docc. 27-28, 30.

<sup>11</sup> Doc. 19.

<sup>12</sup> Doc. 19.

Nome del prodotto

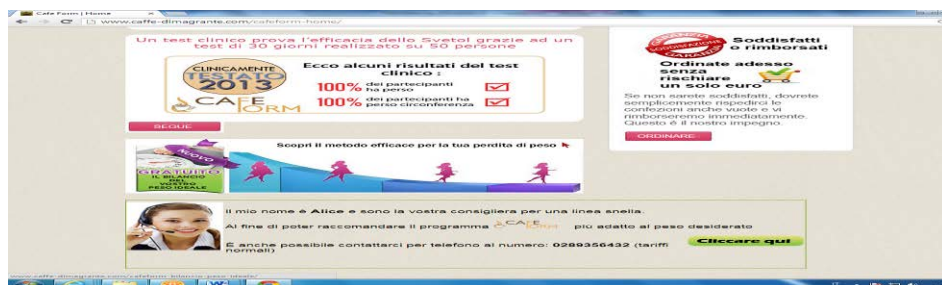
Siti e Modalità di promozione



Carcioforte

Carcioforte è stato promosso sul sito <http://www.carcioforte.com/carciofo-dimagrire-home/><sup>13</sup>. La sezione *home* conteneva *claims* quali, ad esempio, "Perdere peso velocemente: con gli incredibili poteri dimagranti del carciofo in una capsula iper-concentrata". Nella sezione sull'azione del prodotto si rinveniva che: (i) "il Carciofo di Laon è (di gran lunga) il solo ortaggio che contiene una così alta quantità di cinarina, inulina e polifenoli. Queste sostanze iperattive agiscono su 7 livelli del vostro metabolismo per aiutarvi a lottare contemporaneamente contro i vostri chili di troppo e combattere la vostra cellulite. Questo dimostra che Carcioforte® è un vero distruttore di grassi, il migliore mai offerto a tutti coloro che soffrono a causa dei chili di troppo e per i quali prima nulla aveva funzionato"; (ii) l'assunzione di Carcioforte consente ai consumatori di avere "a disposizione un vero esercito di enzimi e di agenti anti-grasso che lavoreranno per voi senza che ve ne rendiate conto". Sul sito erano riportati anche i "24 PREGI DEL CARCIOFO IPER CONCENTRATO" quali, ad esempio, "1. Combatte contro i chili di troppo [...] 7. Aiuta a combattere il colesterolo 8. Lotta contro il diabete [...] 10. Stimola la bile 11. Partecipa a combattere contro la cellulite 12. Lotta contro gli eccessi di grasso 13. Partecipa alla distruzione degli zuccheri [...] 15. 100% garantito [...] 17. Senza nessuna controindicazione [...] 19. Facilita le difese immunitarie 20. Effetto prebiotico 21. Combatte la ritenzione idrica [...] Questo dimostra che Carcioforte® è un vero distruttore di grassi, il migliore mai offerto a tutti coloro che soffrono a causa dei chili di troppo e per i quali prima nulla aveva funzionato".

Café Form

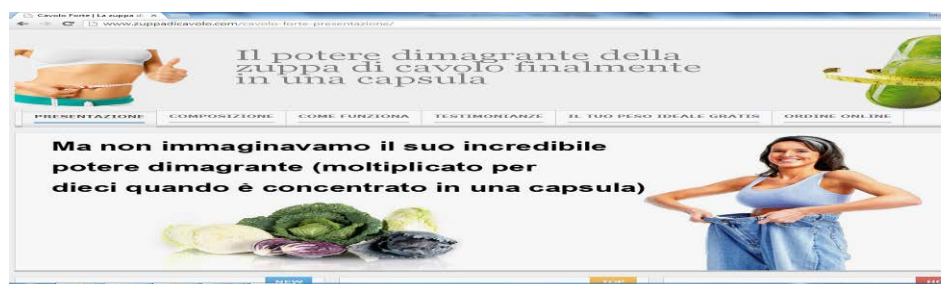


CaféForm è stato promosso sul sito <http://www.caffe-dimagrante.com/cafeform-home/><sup>14</sup>, ove si rinvenivano *claims* estremamente accattivanti, quali: "QUANDO DIMAGRIRE DIVENTA UN PIACERE". Nella sezione *home* si riportava il quesito "È possibile dimagrire bevendo Caffè?", specificando che "La risposta è in questa sorprendente bustina di caffè (non tostato e decaffeinato)". I risultati erano assicurati: "Numerose riviste specializzate hanno parlato dell'ingrediente principale di CaféForm: lo Svetol®. Lo Svetol® è un estratto di caffè verde non tostato e decaffeinato dai poteri sorprendenti. Agisce su due livelli: [i] Al livello del metabolismo degli zuccheri: Fa sì che non si trasformino in grasso abbassando la secrezione di insulina; [ii] Al livello del controllo delle abitudini alimentari:

<sup>13</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

<sup>14</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

*controlla il vostro umore ed il vostro appetito, addio alla voglia di piluccare ed anche a quella noiosa sensazione di fame". Si rinveniva altresì che "Un test clinico ha dimostrato, dopo una prova di 30 giorni, che 50 persone che hanno preso lo Svetol (contro altrettante persone a cui è stato dato un placebo), hanno perso sino al 5,7% del loro peso iniziale".*



**Cavolo Forte**

Cavolo Forte è stato promosso sul sito internet <http://www.zuppadicavolo.com/cavolo-forte-presentazione/><sup>15</sup> in cui si promettevano risultati eccellenti grazie al "potere dimagrante della zuppa di cavolo finalmente in una capsula". Nella sezione home si specificava che; (i) "La celebre Oprah Winfrey ne ha fatto la sua arma assoluta contro i chili di troppo. Questa famosa star della televisione americana ha sofferto a lungo a causa del sovrappeso sino al giorno in cui ha scoperto la zuppa di cavolo. La sua testimonianza è diventata un bestseller: un vero metodo per perdere peso grazie ai cavoli"; (ii) "Non è raro che si prescriva una zuppa di cavolo alle persone che devono sottoporsi a un'operazione e che soffrono di un notevole sovrappeso (occorre dimagrire in fretta)". Nella sezione "composizione del prodotto" si indicava che il "Cavolo Forte contiene 3 estratti di cavoli noti conosciuti per la loro capacità d'incrementare il metabolismo nella fase di eliminazione: cavolo cappuccio, cavolo verde e cavolo rosso. Le virtù terapeutiche del cavolo sono conosciute dall'antichità. È considerato come un tesoro di benefici. Le sue qualità non sono contestate. Il cavolo può essere utilizzato con successo in molti casi, è un'autentica farmacia naturale". Nella sezione sul funzionamento si evidenziava: "Lo shock anticalore della natura Dimagrire automaticamente, come se il vostro organismo fosse mosso da un orologio invisibile?"



**Deca burner**

Decaburner, è stato promosso sul sito internet <http://www.decaburner-dimagrire.com/caffe-verde-decaffeinato-non-tostato-home/><sup>16</sup>, consisteva in un trattamento dimagrante basato sull'assunzione di capsule iperconcentrate a base di caffè verde. Sul sito veniva spiegato che "Il caffè normale possiede un effetto brucia grassi chiamato anche effetto lipolitico. Ma quando il caffè viene tostato, questo potere brucia grassi si riduce ad un decimo!!! È per tale ragione che l'estratto caffè contenuto in queste nuovissime capsule non è tostato. Mantiene il suo colore originale, ossia il verde. Pensate che 2 capsule di questo caffè verde possiedono il potere lipolitico di 100 tazzine di caffè". Erano riportati inoltre i "7 vantaggi di Deca Burner Express" tra i quali, ad esempio: "1. I cali di peso sono

<sup>15</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

<sup>16</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

stati riscontrati anche quando le persone non rinunciavano ad i loro piatti preferiti; 2. La perdita di peso è duratura, i chili persi non vengono ripresi automaticamente; [...] 4. 2 capsule al giorno sono sufficienti per dimagrire in modo regolare [...]”.

**SLIMMING WORLD NEWS**

**Maggie Drozd grande star della televisione europea rivela:**  
**"Come ho perso 30 kg in meno di 3 mesi senza fare dieta"**

**A 39 anni un sorprendente incontro con un nutrizionista svizzera le ha permesso di ritrovare facilmente la silhouette dei suoi 20 anni e di vincere il premio della "donna più sexy" all'ultimo spettacolo di moda di Paco Rabanne.**

**A 87 kg ero diventata obesa e irrimediabile perché ero sfornata dal mio eccesso di peso.**

Ha deciso di svelare questo segreto per dimagrire, al 100% naturale, che l'ha finalmente aiutata a perdere 29 chili per sempre. Scoprite come oltre 1.892.600 di persone in tutta Europa hanno già provato - con successo - il prodotto dimagrante reso noto qui di seguito e come hanno perso 10, 20, e anche più di 30 chili in tempo record, grazie a questa inaspettata scoperta da parte di un Nutrizionista Svizzera.

Maggie Drozd

Maggie Drozd è stato promosso sul sito <http://www.maggie-drozd.com/il-metodo-per-dimagrire-di-maggie-drozd-home/><sup>17</sup>, facendo leva principalmente sulla testimonianza di Maggie Drozd: "grande star della televisione europea". Quest'ultima rivelava di aver "perso 30kg in meno di 3 mesi senza fare dieta", grazie alla "nutrizionista svizzera Eva Kovalska" la quale "le ha permesso di ritrovare facilmente la silhouette dei suoi 20 anni e di vincere il premio della 'donna più sexy' all'ultimo spettacolo di moda di Paco Rabanne". La cura Maggie Drozd le avrebbe consentito di "perdere 29 chili per sempre". Il sito poi invitava il consumatore a scoprire come "oltre 1 892 600 di persone in tutta Europa hanno già provato - con successo - il prodotto dimagrante reso noto qui di seguito e come hanno perso 10, 20, e anche più di 30 chili in tempo record, grazie a questa inaspettata scoperta da parte di un Nutrizionista Svizzera". I risultati conseguibili erano riassunti nei "7 impegni Maggie Drozd": "1. Devo perdere 3/5 kg alla settimana durante le prime 4 settimane; 2. Devo perdere 2/3 kg a settimana durante le settimane successive finché non avrò perso il mio peso in eccedenza; 3. Devo perdere peso continuando a mangiare quello che mi piace e tanto quanto voglio; [...] Non dovrò fare esercizi estenuanti o prendere farmaci; 6. Ho 12 mesi per vedere personalmente nel mio specchio o sulla mia bilancia, che ho perso i miei chili di troppo e che non li riprendo".

Total Fit 2020

**Jessica ha perso 28 chili in 64 giorni**

Scopri come è possibile mangiare di tutto e rimanere magra con il metodo per dimagrire del Dott. Jean Paul Parisot, uno dei più grandi specialisti nella perdita di peso

**3 buone notizie:**

1. 12.164 persone sono già dimagrite con questo metodo
2. Questo nuovissimo metodo funziona al 92% dei casi
3. Senza privazioni, senza morire di fame

Quando ho visto quelle foto sulla mia pagina facebook ho preso la decisione più importante della mia vita: **devo perdere 28 chili, in fretta e definitivamente**

Si, queste 3 foto sono state scattate poco più di un anno fa al matrimonio della mia migliore amica. Come vedete sono in gran forma (in tutti i sensi), sono molto sorridente e ci siamo divertiti anche se avevo 92 kg, per 1,69 m di altezza, a 25 anni. Quelle foto sono state per me una rivelazione: ho deciso di non essere mai più grassa. A 25 anni avevo già provato di tutto (Montignac, Dukan, D'Oz, assuntura in pillole Alli ed anche tutte le diete più drastiche) con lo stesso risultato: una perdita di peso al costo di enormi sacrifici, che andavano poi a finire con qualche chilo supplementare. Volevo solo una soluzione: fare un intervento chirurgico tipo bypass, pallone gastrico o altro, ma volevo finirla una volta per tutte.

Ho quindi preso appuntamento presso una clinica specializzata per dimagrire. Lì ho incontrato il Dott. Parisot, esperto nel trattamento dei casi più difficili (e io, a 25 anni, alla 1,69, con i miei 92 kg ne facevo parte). Questo incontro avrebbe cambiato la mia vita. Mi ha fatto parlare molto. Abbiamo parlato di quel famoso matrimonio, quella bella giornata che in fondo non c'era mai, alla fine della giornata mi ero ritrovata come

**64 giorni ed 28 kg separano queste 2 f**

Total fit è stato promosso sul sito <http://www.programma-totalfit.com/il-metodo-per-dimagrire-di-dottor-parisot-home/><sup>18</sup> in cui veniva riportata la testimonianza di una presunta consumatrice: "Jessica ha perso 28 chili in 64 giorni. Scopri com'è possibile mangiare di tutto e rimanere magra con il metodo per dimagrire del Dott. Jean Paul Parisot, uno dei più grandi specialisti nella perdita di peso". La consumatrice descriveva le componenti del programma Total Fit 2020: (i) "libretto di cronobiologia alimentare"; (ii) "capsule di konjac" e (iii) "kit di detossicazione". La consumatrice rivelava inoltre: "Non ho cambiato nulla degli alimenti che avevo l'abitudine di mangiare, ho solo mangiato quello che mi piaceva nel momento

<sup>17</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

<sup>18</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.



giusto della giornata. Mangiavo quando avevo fame tutto quello che mi piace, come mi era stato consigliato dal Dott. Parisot e dovevo pesarmi solamente una volta alla settimana". Quanto alle le proprietà di detti componenti era specificato che: (i) "Il principio della cronobiologia alimentare è molto semplice: può mangiare qualsiasi cosa, pasta pizza, dolce ecc... ma non in qualsiasi momento della giornata (inoltre scoprirà precisamente le ore in cui potrà rimpinzarsi di dolci)"; (ii) il Konjac è "conosciuto da migliaia di anni per il suo potere di dare una sensazione di sazietà.

Tutto ciò è comprensibile quando si sa che può assorbire oltre 100 volte il suo volume d'acqua. Una volta nel vostro stomaco il konjac agisce come un vero pallone gastrico vegetale. Non avrete mai più lo stress causato dalla fame. Ma lo strabiliante potere del konjac che contiene glucomannano non si ferma qui.

Metterà in trappola la maggior parte dei grassi e zuccheri della vostra alimentazione"; (iii) il kit di disintossicazione "ripulirà il vostro corpo per renderlo disponibile e pronto a dimagrire". Veniva altresì prospettata al consumatore la possibilità di ricevere una somma pari a 1000 euro, se avesse contribuito a promuovere gli effetti dimagranti del trattamento promosso.

The screenshot shows a web browser window with the URL [www.gluco-burner.eu/gelso-home/](http://www.gluco-burner.eu/gelso-home/). The main headline reads: "Questo proprietario di un negozio di prodotti bio ha fatto dimagrire una città intera". Below this, it states: "Già decine di migliaia di persone negli Stati Uniti hanno provato con successo questo sorprendente segreto per dimagrire. Finalmente disponibile in Europa, questo metodo per perdere peso mette in causa tutto ciò che credevamo di sapere sulla perdita di peso." There is a photo of Peter Nomura. A navigation bar includes: Home, Composizione, L'intervista a Peter Nomura, Testimonianze, Il tuo peso ideale gratis, Ordine online. Below the navigation bar, there is a section titled "Guardate che cosa fa un medico giapponese quando una donna non riesce a dimagrire" featuring a photo of Dr. Kino Nomura. Text next to him says: "È a suo zio Kino Nomura, specialista della perdita di peso a Tokyo, che Peter Nomura ha chiesto consiglio per aiutare quella cliente che era diventata resistente alla perdita di peso (scoprite la sua". To the right, there are two photos of a woman, one labeled "BEFORE" and one labeled "AFTER", showing her weight loss.

Glucoburner è stato promosso sul sito <http://www.gluco-burner.eu/gelso-home/><sup>19</sup> in cui veniva prospettata la possibilità di dimagrire numerosi chili: "Grazie a Glucoburner perdetevi i vostri chili di troppo senza morire di fame e senza esercizi estenuanti". Nel sito si leggeva che erano i risultati clinici di Glucoburner a provarlo: "100% delle persone che hanno provato Glucoburner per 30 giorni hanno perso peso [...] hanno perso dei centimetri e ritrovato una pancia piatta [...] hanno visto diminuire la loro voglia di dolce e di sgranocchiare. I risultati sono senza appello!!!". Infatti: "2456 persone hanno perso i loro chili di troppo"; e ciò grazie alle proprietà di Glucoburner, poiché "Oltre a regolare il tasso di zucchero nel sangue, e far così cessare la voglia di mangiucchiare, le foglie di gelso: 1. Lottano contro un organismo che potrebbe accumulare i grassi ed i glucidi assorbiti con il vostro cibo. 2. Trasformano tutti tipi di zucchero in energia e non in accumuli di grasso. 3. Espellono dal vostro corpo le riserve di grasso accumulate. 4. Dissolvono gli zuccheri dal vostro stomaco. 5. Riducono l'assorbimento dello zucchero e dell'amido". Grazie a Glucoburner perdetevi i vostri chili di troppo senza morire di fame e senza esercizi estenuanti [...]100% delle persone che hanno provato Glucoburner per 30 giorni hanno perso peso [...] hanno perso dei centimetri e ritrovato una pancia piatta [...] hanno visto diminuire la loro voglia di dolce e di sgranocchiare. I risultati sono senza appello!!! [...]

Glucoburner

<sup>19</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

IL 100 % DEL POTERE DIMAGRANTE DEI 5 PIÙ POTENTI BRUCIATORI DI GRASSI IN UNA SOLA CAPSULA

Foglia di carciofo    Zuppa di cavolo    Peperoncino rosso    Matè verde vergine    Aceto di sidro di mela

Questa capsula è il primo prodotto dimagrante 5 in 1

La capsula **SLIM5**

5 componenti per 5 azioni dimagranti

CLINICAMENTE TESTATO

Home    Composizione e modo d'azione    Testimonianze    GRATUITO il bilancio del peso ideale    Ordine online

**La sola capsula per dimagrire che funziona ogni volta**

I test clinici lo dimostrano : 100% delle persone che hanno provato Slim 5 hanno perso peso

### Slim 5

Slim 5 è stato promosso sul sito <http://www.slim5dimagrire.com/calorie-negative-dimagrire-home/><sup>20</sup> in cui era riportato che tale prodotto rappresenta "La sola capsula per dimagrire che funziona ogni volta". Slim 5 è composta da "estratti iperconcentrati di carciofo, di peperoncino rosso, di zuppa di cavolo, di matè verde e di aceto di sidro di mele, il tutto coadiuvato da cromo attivo!!" Grazie a tale composizione "Continuerete la vostra vita normale mentre il peperoncino rosso, il carciofo, il matè verde e l'aceto di sidro faranno il loro lavoro di rimozione. Il cromo vi permetterà in più di farla finita con quella fame nervosa costante".

"Questa capsula chiamata Slim 5, con i suoi 5 'mangia grassi' altamente concentrati, vi aiuterà a dimagrire, senza morire di fame e senza fare esercizi estenuanti". Infatti: "I test clinici lo dimostrano: 100% delle persone che hanno provato Slim 5 hanno perso peso".

### Abrelax 3

DITE ADDIO AI VOSTRI CHILI DI TROPPO E SIATE FIERI DELLA VOSTRA SILHOUETTE

Volete perdere i vostri chili superflui in qualche settimana?

LE COMPRESSE **ABRELAX3** COMBATTONO CONTRO LE 3 PRINCIPALI CAUSE DELLE PANCE MOLLI, FLACCIDE E GRASSE

ECCO LE 3 CAUSE ED IL LORO EFFETTO SULLE PANCE MOLLI, FLACCIDE E GRASSE

1. Eccesso di acqua a livello della pancia  
2. Eccesso di grasso nella pancia  
3. Eccesso di grasso intorno al collo addominale

I RISULTATI MIRATI CON **ABRELAX3**

1. Diminuzione dell'assorbimento di acqua nella pancia  
2. Diminuzione del grasso sul ventre addominale  
3. Diminuzione del grasso intorno al collo addominale

Abrelax 3 è stato promosso sul sito <http://www.abrelax3plus.com/abrelax3-home/><sup>21</sup> sul quale venivano riportati con notevole enfasi grafica diversi vantii prestazionali in termini di perdita di peso: "dite addio ai vostri chili di troppo e siate fieri della vostra silhouette"; "Tutte le persone che hanno provato Abrelax 3 hanno trasformato la loro silhouette perdendo i loro centimetri e chili superflui. Adesso tocca a voi!!; o ancora "sbarazzatevi della vostra pancia molla, flaccida e grassa con Abrelax 3"; "Una silhouette da sogno senza esercizio fisico e senza privazioni".

<sup>20</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

<sup>21</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

**Ecco i 7 vantaggi di Caffè Verde Forte Plus®**

- 1** I cali di peso sono stati riscontrati anche quando le persone non rinunciavano ai loro piatti preferiti.
- 2** La perdita di peso è duratura, i chili persi non vengono ripresi automaticamente.
- 3** Queste capsule sono senza gusto né retrogusto (convergono pertanto anche a coloro che non amano il caffè).
- 4** 2 capsule al giorno sono sufficienti per dimagrire in modo regolare.
- 5** **100% SODDISFATTI O RIMBORSATI**  
Se non sarete soddisfatti rispettati indietro i vostri riacquisti già cominciati o anche vuoti e, non appena li avremo ricevuti, vi rimborsiamo immediatamente senza indugio l'importo della vostra cura.
- 6** Beneficiate di un prezzo eccezionale. Infatti fino ad ora l'unico inconveniente di questa cura era il suo prezzo elevato. Oggi, grazie al suo successo, facciamo arrivare il nostro caffè verde direttamente dal Sudamerica e possiamo proporvi questa cura a metà prezzo, il che significa **meno di 1 euro al giorno** per dimagrire.
- 7** Se sceglierete la cura per 3 mesi o più, riceverete **GRATUITAMENTE** con il vostro pacchetto la crema Physiocal.

**Ecco che cosa potrete scriverci anche voi dopo qualche settimana di Caffè Verde Forte Plus®**

*"Pesavo 87 kg. Ho comperato del Caffè Verde Plus. Da allora ho finito di combattere con le rotondità. Non ho mai creduto di poter raggiungere un tale risultato, peso 88 kg e sono alta 1m61. Era proprio quello che volevo e sono veramente compiaciuta di me stessa!" Anna P.*

Caffè Verde Forte Plus

Caffè Verde Forte Plus è stato promosso sul sito <http://www.caffeverdedimagrante.com/caffe-verde-decaffeinato-non-tostato-home/><sup>22</sup> in cui si riproduceva, in gran parte, la struttura del sito relativo a Decaburner e le stesse immagini. Anche su tale sito si rinveniva che "La funzione dimagrante del caffè verde contenuto nel Caffè Verde Forte Plus® è stata dimostrata grazie ad un test realizzato su 50 persone. [...] Uno studio clinico (pubblicato su una rivista scientifica in Francia) realizzato su 50 persone dell'età tra i 19 e i 75 anni, ha dimostrato scientificamente l'Azione Dimagrante del caffè verde, grazie al suo effetto «brucia grassi». Durante 60 giorni, si sono portati volontari 2 gruppi di persone il cui IMC (indice di massa corporea) era superiore a 25. Al primo gruppo sono stati somministrati 400 mg di estratto di caffè verde, mentre al secondo gruppo è stato dato un placebo. Dopo 60 giorni, le persone che avevano ricevuto l'estratto di caffè verde hanno perso il 5,7 % del loro peso iniziale, il che corrisponde ad un calo medio di 5 kg (vedi immagine)". Si specificava altresì che "La perdita di peso è duratura, i chili persi non vengono ripresi automaticamente" "I cali di peso sono stati riscontrati anche quando le persone non rinunciavano ai loro piatti preferiti" "2 capsule al giorno sono sufficienti per dimagrire in modo regolare".

Ketomang Express Forte

**DIMAGRIRE: LA SCOPERTA**

**In che modo 2 grandi specialisti nel dimagrimento hanno messo a punto il metodo attualmente più efficace per perdere peso!**

È stato durante un incontro del tutto inaspettato nella classe « business » del volo Parigi – New York, che questi due ricercatori hanno elaborato i principi della loro grande scoperta!

**Home**   **Composizione incredibile**   **Un incontro inaspettato**   **Testimonianze**   **Il tuo peso ideale gratis**   **Provate Ketomang**

*Anna P. È l'ultima fotografia che ho messo sulla mia pagina di Facebook. È proprio vero che mi è sempre piaciuto uscire e indossare abiti sexi. Devo dire che purtroppo i risultati non erano sempre tra i migliori, come potete vedere su questa foto di "prima". Era giunto il momento per me, che sono alta 1m62, di perdere i 24 chili che avevo di troppo. Io...*

**La prima capsula che associa i 3 più potenti elementi dimagranti dei 3 continenti.**

**KETOMANG EXPRESS Forte**

Ketomang Express Forte (composto da mango africano, lampone, maté verde) è stato promosso sul sito <http://www.ketomang-dimagrire.com/ketomang-express-forte-home/><sup>23</sup> tramite claims, quali: "Dimagrire: la scoperta"; "Oltre 125.478 persone hanno già provato con successo questa famosa combinazione di mango africano e chetone di lampone per perdere i loro chili superflui"; "In che modo i nostri 2 specialisti hanno risolto questa famosa equazione e permesso a migliaia di persone di perdere i loro chili superflui, senza privazioni né estenuanti esercizi";

<sup>22</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

<sup>23</sup> Data di rilevazione: 13 maggio 2014.

---

“Mettendo insieme per la prima volta in una sola capsula un principio attivo di mango africano, del chetone di lampone e del matè verde, i nostri specialisti hanno finalmente trovato la soluzione per perdere peso. Ketomang Express Forte concentra i 3 segreti dimagranti di 3 continenti. Scoprite come agiscono per farvi perdere i vostri chili superflui. Con l’età e lo stress della vita quotidiana si prende peso a poco a poco, poiché le calorie della vostra alimentazione non vengono più eliminate dal vostro organismo”.

---

17. Dagli elementi acquisiti si evince che, per mezzo dei Siti, il consumatore veniva invitato a compilare l’ordine attraverso l’apposita pagina web, selezionando il/i Prodotto/i e procedendo al pagamento del prezzo indicato con contrassegno. Il consumatore veniva incentivato all’acquisto dei Prodotti dalla prospettata “*garanzia totale soddisfatti o rimborsati*” - non prevista nelle condizioni generali di vendita - nonché dagli sconti quantitativi e dalla gratuita consegna di uno strumento per controllare la perdita di peso<sup>24</sup>.

18. I Siti prevedevano inoltre un’apposita sezione dedicata ai desiderata del consumatore: il loro inserimento, unitamente a quello dei dati anagrafici e fisici, consentiva di individuare il percorso di dimagrimento da intraprendere. Una volta compilati i vari campi, il consumatore riceveva altresì una mail che ribadiva gli straordinari effetti che avrebbe potuto realizzare grazie ai Prodotti<sup>25</sup>.

***b) Condizioni generali di vendita e legami societari\contrattuali: le attività prestate dai professionisti Parti del procedimento***

**- Il registrant dei Siti e l’intestatario della numerazione del call center**

19. Dalle risultanze istruttorie emerge che Pefoline SAS risulta essere: (i) il *registrant* e gestore dei Siti nonché il responsabile dell’inserzione e dei contenuti dei *claim* usati per promuovere e vendere i Prodotti<sup>26</sup>; (ii) l’intestatario della numerazione italiana tramite la quale veniva svolta l’attività di call center in relazione ai Prodotti<sup>27</sup>; (iii) fornitore dei Prodotti (comprensivi di etichette, confezioni e opuscoli in lingua italiana) a Veltrans<sup>28</sup>.

20. Quanto ai legami societari tra i professionisti Parti del procedimento, i documenti agli atti indicano che la stessa persona fisica [omissis]<sup>29</sup> risulta essere l’amministratore unico di Perfoline SAS e di Perfoline SA<sup>30</sup>.

**- Il soggetto con il quale si instaura il rapporto di consumo**

21. Le condizioni generali di contratto presenti sui Siti individuavano Perfoline SA come il professionista che offriva e vendeva i Prodotti<sup>31</sup>. Rilevano in tal senso il Preambolo di dette condizioni laddove si prevedeva che “[le stesse] *sono stabilite tra Perfoline SA e qualsiasi persona non commerciale (User) che desiderano effettuare un acquisto sul sito web*”, nonché l’art. 1 “*Oggetto*” laddove stabiliva che “*le condizioni generali mirano a definire le modalità di vendita tra Perfoline SA e l’utilizzatore, a partire dalla presa in carico dell’ordinazione sino al servizio*

---

<sup>24</sup> Si tratta in particolare del “*famoso Bodyscan che vi permetterà [...] di verificare che state dimagrendo perdendo del grasso e non i vostri muscoli, e che mantenete le vostre forme*”, cfr. doc. 19.

<sup>25</sup> Doc. 19.

<sup>26</sup> Docc. 19, 25.

<sup>27</sup> Docc. 7-10.

<sup>28</sup> Docc. 19, 28.

<sup>29</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>30</sup> Cfr. Docc. 19, 25.

<sup>31</sup> Doc. 19.



dopo vendita” e l’art. 2 “Prodotti” in conformità al quale “I prodotti retti dalle presenti condizioni generali di vendita sono quelli che figurano sul Sito Internet e che sono indicati come venduti e spediti da Perfoline SA”<sup>32</sup>.

**- L’assistenza alla manutenzione dei Siti e alla distribuzione dei Prodotti**

22. Dalle evidenze acquisite si evince che gli altri professionisti Parti del procedimento, Open Public Service e Veltrans, hanno prestato un’attività di mero supporto materiale alla condotta contestata a Perfoline SA e Perfolin SAS.

23. Più in dettaglio, Open Public Service ha svolto servizi di assistenza e manutenzione tecnica dei Siti, limitandosi a raccogliere e trasmettere a Veltrans gli ordini effettuati sui Siti<sup>33</sup>. Veltrans, invece, si è limitato a prestare un servizio di intermediazione nella spedizione dei Prodotti nonché a gestire flussi di pagamento e richieste di rimborso effettuate dai soggetti che hanno acquistato i Prodotti<sup>34</sup>.

**c) Le ulteriori evidenze acquisite**

24. I documenti ispettivi hanno evidenziato che la pratica in esame era estremamente diffusa sul territorio italiano, avendo raggiunto un elevato numero di consumatori. Infatti, quanto al volume d’affari, è stato riscontrato che: (i) in un sola settimana (26 maggio - 1 giugno 2014) è stata incassata una cifra pari a [50-100 mila] euro<sup>35</sup>; (ii) in un solo giorno sono stati ricevuti [100-200] ordini di acquisto<sup>36</sup>; (iii) i Prodotti venduti in Italia hanno generato ricavi pari a 715.680 euro nel 2013 e a 1.644.540 nel 2014<sup>37</sup>; (iv) l’obiettivo dei professionisti era quello di realizzare [40-50 mila] spedizioni in un anno<sup>38</sup>; (v) gli investimenti per la promozione dei Prodotti - tramite *facebook*, *google*, *twitter* e stampa - hanno comportato costi pari a [omissis] euro nel 2013 e a [omissis] nel 2014 a carico di Perfoline SA<sup>39</sup>.

**d) La durata della condotta**

25. Dalle evidenze acquisite risulta che la promozione e vendita dei Prodotti sul territorio italiano, da parte di Perfoline SA e Perfoline SAS, ha avuto inizio a partire quantomeno dall’1 gennaio 2013<sup>40</sup>.

#### **IV. MEMORIE DELLE PARTI**

26. Perfoline SA ha asserito in sostanza che:

- le modalità di promozione e vendita dei Prodotti applicate in Italia corrisponderebbero a quelle utilizzate in Francia, Germania, Romania, Spagna, Portogallo, Polonia, Repubblica Ceca e

---

<sup>32</sup> Doc. 19.

<sup>33</sup> Cfr. Docc. 19 (evidenze ispettive nn. 2,3,6,8), 22 e 25.

<sup>34</sup> In particolare, Veltrans ha fornito a Perfoline SAS le seguenti prestazioni: (i) stoccaggio e, talvolta, confezionamento dei Prodotti; (ii) intermediazione nella distribuzione dei Prodotti (i.e. Veltrans riceveva i Prodotti da Perfoline SAS per poi consegnarli a GLS, corriere incaricato della spedizione ai consumatori); (iii) gestione dei relativi flussi di pagamento (i.e. Veltrans riceveva le somme versate in contrassegno dai consumatori a GLS e le accreditava a Perfoline SA, trattenendone una quota a titolo di compenso per le attività svolte e un’altra quota per la disposizione dei rimborsi richiesti dai consumatori). Cfr. docc. 19 (evidenze ispettive nn. 4, 5, 7, 9-11,13,14, 17-18, 20-22) e 28.

<sup>35</sup> Cfr. Doc. 19 (evidenza ispettiva n. 13).

<sup>36</sup> Cfr. Doc. 19 (evidenza ispettiva n. 7).

<sup>37</sup> Cfr. Dichiarazione resa il 26 novembre 2014 da [omissis] fiduciaria che assicura la contabilità di Perfoline SA.

<sup>38</sup> Cfr. Doc. 19 (evidenza ispettiva n. 1).

<sup>39</sup> Cfr. Dichiarazione Perfoline SA trasmessa in data 4 dicembre 2014.

<sup>40</sup> Cfr. Doc. 27.

Repubblica Slovacca: nessuna delle Autorità nazionali preposte al rispetto delle norme di cui alla Direttiva 2005/29/CE avrebbe mosso alcuna censura al riguardo; i Prodotti sarebbero stati altresì oggetto di specifica autorizzazione dalla competente amministrazione rumena. Peraltro, i claim utilizzati sarebbero simili a quelli utilizzati dagli altri operatori di settore;

- gli effetti dimagranti descritti sui Siti troverebbero conferma nei test clinici di un laboratorio autorizzato dal Ministero della salute francese: tali studi comproverebbero che l'assunzione dei Prodotti, se associata a un certo regime alimentare, consente una perdita di peso significativa per i soggetti testati;

- l'informazione diffusa sui Siti sarebbe adeguata e sufficiente in quanto: (i) è presente una serie di avvertenze relative alla consultazione medica, agli stati di gravidanza, alle reazioni allergiche, alla posologia e all'impossibilità di sostituire un medicinale con i Prodotti; (ii) all'atto della consegna i consumatori ricevono un opuscolo con il regime alimentare suggerito; (iii) in alcun caso è indicato che i risultati sono garantiti dal 100% dei consumatori, ma solo dai soggetti che hanno potuto testare i Prodotti e seguire il regime alimentare suggerito;

- i consumatori beneficerebbero di una garanzia soddisfatti o rimborsati, senza condizioni e valida per un periodo da 3 a 6 mesi a seconda del Prodotto<sup>41</sup>.

27. Perfoline SAS ha asserito di essere estraneo alla realizzazione della pratica in esame, non avendo mai svolto alcun tipo di attività commerciale sul territorio italiano. Con riguardo al caso di specie, Perfoline SAS si sarebbe limitata a fornire a Perfoline SA, a titolo gratuito, il servizio di call center e l'utilizzo dei Siti<sup>42</sup>.

28. Open Public Service ha asserito di essere del tutto estraneo alla predisposizione dei metodi di promozione dei Prodotti e, segnatamente, ai claim pubblicitari diffusi sui Siti, avendo prestato soltanto servizi informatici e logistici in relazione ai Siti (gestiti e controllati da Perfoline SAS) ed essendosi limitata a raccogliere e trasferire a Veltrans gli ordini online effettuati dai consumatori sui Siti<sup>43</sup>.

29. Veltrans ha asserito di non essere coinvolta nella realizzazione della pratica vagliata, specie in relazione alla composizione e diffusione dei claim veicolati sui Siti, in quanto l'attività da esso svolta a beneficio di Perfoline SA è consistita: (i) nello stoccaggio e, talvolta, nell'assemblaggio dei Prodotti mediante l'apposizione di etichette già confezionate; (ii) mera spedizione dei Prodotti ai consumatori; (iii) semplice ripartizione delle somme versate in contrassegno dovute per competenza a sé stessa e a Perfoline SA o al consumatore in caso di rimborso<sup>44</sup>.

## V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

30. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo a mezzo *internet*, in data 21 novembre 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo<sup>45</sup>.

31. Con parere deliberato in data 18 dicembre 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lett. a) e b), 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

---

<sup>41</sup> Cfr. Docc. 20, 20.1, 27.

<sup>42</sup> Cfr. Doc. 27.

<sup>43</sup> Cfr. Doc. 30.

<sup>44</sup> Cfr. Doc. 28.

<sup>45</sup> Docc. 29 e 31.

- le comunicazioni volte a promuovere i prodotti in questione, considerati i diversi mezzi e metodi di diffusione impiegati, si basano su affermazioni relative alla qualità e alle caratteristiche degli stessi prodotti prive di dimostrazione scientifica e per cui non si possono anzi escludere effetti dannosi per la salute. In effetti, nei messaggi diffusi sui Siti sono impiegate espressioni potenzialmente ingannevoli e fuorvianti, nonché *claims* estremamente accattivanti, non idonei a informare sulle effettive caratteristiche del prodotto e, pertanto, suscettibili di pregiudicare il comportamento economico dei destinatari, inducendoli e/o condizionandoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso;
- siffatte comunicazioni sono prevalentemente rivolte a gruppi di consumatori particolarmente vulnerabili (quali le persone obese e quelle affette dalle malattie o disfunzioni cui si riferiscono i prodotti oggetto del presente procedimento);
- i professionisti nel promuovere i propri prodotti avrebbero dovuto usare maggiore diligenza per evitare di indurre nei consumatori, specie quelli più vulnerabili, falsi affidamenti in merito ai risultati ottenibili. I prodotti di origine vegetale, infatti, sono atti esclusivamente ad integrare una comune dieta, ma non possono anche alla luce della normativa comunitaria essere reclamizzati come idonei a conseguire risultati così eccezionali.

## VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

32. La condotta oggetto di analisi si sostanzia nella diffusione di informazioni ingannevoli e omissive per la promozione di numerosi prodotti con efficacia dimagrante, idonee ad alterare il processo volitivo del consumatore medio cui sono rivolte. Come di seguito esposto, la pratica è stata artatamente concepita e parcellizzata per ricondurla ad un unico professionista estero, Perfoline SA, occultando in tal modo l'operato altrettanto essenziale di Perfoline SAS con riguardo al confezionamento e alla diffusione dei messaggi in questione. Tale strategia risulta essere preordinata a rendere oggettivamente difficile per il consumatore individuare quale sia l'effettivo responsabile della vendita nonché, presumibilmente, a ridurre il potenziale rischio di incorrere in contestazioni per illeciti di carattere amministrativo e nelle conseguenti sanzioni pecuniarie.

33. Ciò posto, proprio ai fini di una migliore comprensione della condotta, è d'uopo preliminarmente individuare i soggetti responsabili della violazione.

### *A) L'imputabilità della condotta ai professionisti Parti del procedimento*

34. Alla luce degli elementi acquisiti e dei rapporti societari\contrattuali emersi nel corso del procedimento, si ritiene che debbano rispondere della condotta in esame Perfoline SA e Perfoline SAS, essendo questi i professionisti responsabili della diffusione e del contenuto dei *claim* utilizzati per promuovere e vendere i Prodotti, nonché i soggetti beneficiari del vantaggio economico derivante dalla realizzazione della pratica oggetto del procedimento.

35. Più in particolare, deve attribuirsi anzitutto rilievo al ruolo di Perfoline SA che per mezzo dei Siti si è presentato, in prima battuta, come professionista che offre al pubblico i Prodotti e, dunque, come il soggetto con il quale si viene a instaurare il rapporto di consumo in conseguenza degli ordini effettuati dai consumatori<sup>46</sup>.

36. Parimenti rilevante ed essenziale ai fini della concreta realizzazione della pratica vagliata è l'attività prestata da Perfoline SAS, essendo quest'ultimo il soggetto: (i) titolare e gestore dei Siti utilizzati per promuovere e vendere i Prodotti e, al contempo, responsabile dell'ideazione e diffusione dei *claim* prima riportati; (ii) intestatario della numerazione italiana tramite la quale è

---

<sup>46</sup> Cfr. paragrafo n. 21.

stata svolta l'attività di call center relativa ai Prodotti; (iii) fornitore dei Prodotti (comprensivi di etichette, confezioni e opuscoli e/o libretti illustrativi in lingua italiana) a Veltrans<sup>47</sup>.

37. Gli elementi emersi nel corso dell'istruttoria lasciano emergere invece che OPS e Veltrans non sembrano aver contribuito in maniera attiva ed essenziale all'implementazione della pratica oggetto di accertamento, in quanto essi hanno svolto un'attività di mero supporto materiale alla condotta contestata a Perfoline SA e Perfolin SAS, consistente, come visto, nell'assistenza alla manutenzione dei Siti e alla distribuzione dei Prodotti<sup>48</sup>.

38. Pertanto, si ritiene che soltanto Perfoline SA e Perfoline SAS abbiano contribuito in concorso alla realizzazione dell'illecito, incumbendo in capo a tali professionista la responsabilità editoriale delle informazioni diffuse in relazione alla promozione e vendita dei Prodotti ed essendo tali soggetti i beneficiari del vantaggio economico derivante dalla pratica vagliata.

39. Ciò posto, secondo costante giurisprudenza amministrativa, nell'ambito dell'illecito consumeristico è possibile configurare, alla luce tanto dei principi generali di diritto punitivo, quanto in particolare, dell'art. 5 della l. n. 689 del 24 novembre 1981, un'ipotesi di concorso di persone nell'illecito amministrativo, ben potendo l'imputazione di responsabilità reggersi giuridicamente allorché risulti, in concreto, che tale soggetto abbia in realtà con il suo comportamento o contegno contribuito a porre in essere la condotta sanzionata<sup>49</sup>.

40. In linea con tale orientamento, nel caso di specie, devono ritenersi quindi responsabili Perfoline SA e Perfoline SAS, in quanto hanno partecipato in concorso alla realizzazione della pratica oggetto del procedimento, traendone uno specifico e diretto vantaggio economico e/o commerciale.

#### **B) Le caratteristiche dei prodotti**

41. Alla luce delle evidenze acquisite si ritiene che la promozione e vendita dei Prodotti, così come posta in essere da Perfoline SA e Perfoline SAS, sia censurabile sotto tre aspetti: a) caratteristiche e natura dei Prodotti; b) omissioni informative su abitudini alimentari e fisiche; c) particolare vulnerabilità dei soggetti cui è destinata la condotta.

42. I contenuti informativi riportati principalmente nei Siti, ma anche a mezzo stampa, *youtube* e *social network*, *email/newsletter*, lasciano tutti intendere - nel loro complesso - che l'assunzione dei Prodotti è sufficiente, di per sé, a dimagrire in modo considerevole e in breve tempo, senza necessità di ricorrere ad un regime alimentare ipocalorico e/o ad un esercizio fisico controllato e senza alcun rischio per la salute (ad es. 15 kg in 9 settimane/34 kg in 5 mesi/22 kg in 4 mesi).

43. Più specificamente, i messaggi vagliati, da un lato, veicolano l'idea che i Prodotti permettono di raggiungere risultati stabili nel tempo ("*La perdita di peso è duratura, i chili persi non vengono ripresi automaticamente*"; "*ho perso i miei chili di troppo e che non li riprendo*")<sup>50</sup> e, dall'altro, sono idonei a far ritenere che l'efficacia dimagrante dei Prodotti sia comprovata da test scientifici (riportando, ad es. la dicitura "*I test clinici lo dimostrano*")<sup>51</sup> o comunque vagliata da sedicenti esperti nutrizionisti (quali, ad es. i "*dott. Jean Paul Parisot, Kino Namura e Eva Kovalska*")<sup>52</sup>.

44. In realtà, la documentazione acquisita non offre alcun sostegno ai vanti pubblicitari utilizzati per i Prodotti, ma al contrario ne smentisce appieno i contenuti. Le prospettazioni dei risultati

<sup>47</sup> Cfr. paragrafo n. 19.

<sup>48</sup> Cfr. paragrafo n. 23.

<sup>49</sup> Cfr., *ex multis*, T.A.R. Lazio Roma Sez. I, Sent., 23-02-2011, n. 1691.

<sup>50</sup> Cfr. paragrafo n.16.

<sup>51</sup> Cfr. paragrafo n. 16.

<sup>52</sup> Cfr. paragrafo n. 16.

conseguibili appaiono infatti palesemente false e prive di fondamento scientifico, in quanto non è dimostrato (né è stata fornita alcuna adeguata evidenza sul punto) che i Prodotti, peraltro assertivamente composti da sostanze naturali, possano consentire a qualsiasi soggetto con problemi di sovrappeso di conseguire dimagrimenti di entità molto elevata, senza assoggettarsi ad un regime alimentare equilibrato, né svolgere attività fisica.

45. Invero, nei Siti le straordinarie proprietà dimagranti sono attribuite, con notevole enfasi grafica, alla mera assunzione dei Prodotti (“*Come ho perso trenta kg in meno di 3 mesi senza fare dieta*” ovvero “*I cali di peso sono stati riscontrati anche quando le persone non rinunciavano ad i loro piatti preferiti*” o, ancora, “*Finiti gli esercizi e le privazioni*”). Anche nelle testimonianze fornite da sedicenti consumatori - ritratti “*prima*” e “*dopo*” il trattamento - gli stupefacenti risultati in termini di perdita di peso sono ricollegati all’uso esclusivo dei Prodotti<sup>53</sup>.

46. Soltanto in calce alle pagine dei Siti è indicato con un carattere decisamente inferiore a quello utilizzato per descrivere i vantii attribuiti ai Prodotti - e, quindi, inadeguato - che “*Le testimonianze che figurano su questo sito non rappresentano assolutamente perdite di peso medie registrate. Ogni caso è un caso a parte e le perdite di peso varieranno da persona a persona e dipenderanno anche [sottolineatura aggiunta] dalle abitudini alimentari e dagli esercizi praticati durante la cura*”<sup>54</sup>.

47. Ne segue che, per un verso, le informazioni veicolate sui Siti prospettano una specifica e autonoma azione dimagrante dei Prodotti senza evidenziare in modo adeguato la funzione tutt’al più meramente coadiuvante di un regime alimentare equilibrato e/o di un’appropriata attività sportiva, lasciando così intendere che il relativo utilizzo rappresenti un correttivo a comportamenti alimentari non corretti. Infatti, le abitudini alimentari e l’esercizio fisico non sono descritti sui Siti, in maniera chiara e agevolmente percepibile dai consumatori, come elementi indispensabili e consustanziali al percorso di dimagrimento proposto, bensì come delle mere variabili in grado di incidere sull’entità della perdita di peso che resta comunque assicurata tramite la mera assunzione dei Prodotti.

48. Per altro verso, le prospettazioni dei risultati conseguibili appaiono infondate sul piano scientifico, non risultando possibile che i Prodotti - assertivamente composti da sostanze naturali - possano consentire a qualsiasi soggetto con problemi di sovrappeso di conseguire dimagrimenti significativi (ad esempio, 15 kg), in tempi brevi (ad esempio, 9 settimane), senza dover seguire un regime alimentare ipocalorico e/o svolgere in modo continuativo esercizi fisici<sup>55</sup>.

49. A ciò si aggiunga che, da un lato, i test clinici che, secondo Perfoline SA, dovrebbero confermare l’efficacia dimagrante dei Prodotti, per stessa ammissione del professionista, analizzano i risultati derivanti dall’interazione dell’assunzione dei Prodotti con un percorso alimentare controllato<sup>56</sup>. Dall’altro, con specifico riguardo ai Prodotti a base di caffè verde e di estratti di carciofo, l’Autorità Europea per la sicurezza Alimentare si è già espressa in modo

---

<sup>53</sup> Cfr. paragrafo n. 16.

<sup>54</sup> Cfr. paragrafo n. 16.

<sup>55</sup> Come noto, l’Autorità in materia di pubblicità dei prodotti dimagranti ha costantemente sostenuto che non possono prospettarsi effetti risolutivi sul dimagrimento corporeo, in assenza di un regime alimentare ipocalorico e di una monitorata attività fisica. Infatti, come rilevato in più occasioni dall’INRAN - Istituto Nazionale Ricerca Alimenti e Nutrizione - non esistono prodotti che, con certezza ed in condizioni di sicurezza, consentano di conseguire cali ponderali a carico del tessuto adiposo, senza la necessità di seguire un regime alimentare controllato - ipocalorico e di svolgere costante attività fisica (cfr. precedenti provv. in materia: provv. n. 17470 del 10 ottobre 2007, PI5539 - Lipo Slim; Provvedimento; provv. n. 17352 del 13 settembre 2007, PI5347 - Distillato 19 erbe Vivalight. Provv. n. 15825 dell’8 agosto 2006, PI5208 - Slim 600, in Boll. n. 31-32/06; provv. n. 15699 del 12 luglio 2006, PI5178 - LIPOTREX 24, in Boll. 28/06).

<sup>56</sup> Cfr. Docc. 20, 20.1, 27.

negativo, data l'assenza di fondamento scientifico su una positiva relazione tra l'assunzione di tali sostanze e gli indicati effetti dimagranti<sup>57</sup>.

50. Tali circostanze lasciano dunque emergere il carattere palesemente fittizio e decettivo dei contenuti informativi dei messaggi pubblicitari relativi a tutti i Prodotti: i testi, le immagini scelte e le fantasiose testimonianze sono, in realtà, il frutto di un mero collage di informazioni artatamente concepito per indurre i consumatori all'acquisto dei Prodotti.

51. Al riguardo vale inoltre osservare che la scorrettezza risulta essere amplificata in conseguenza della scelta dei professionisti di promuovere i Prodotti con affermazioni del seguente tenore *“anche quando le persone non rinunciavano ad i loro piatti preferiti”, “senza fare dieta”, “Mangiavo quando avevo fame tutto quello che mi piace senza morire di fame e senza esercizi estenuanti”* ovvero *“Una silhouette da sogno senza esercizio fisico e senza privazioni”*<sup>58</sup>.

52. Le informazioni fornite ai consumatori - tramite *internet, newsletter e call center, email/newsletter* - per tutti i Prodotti si configurano pertanto come ingannevoli in ragione delle caratteristiche quantitative e temporali del significativo dimagrimento prospettato per ogni singolo Prodotto, e ciò anche alla luce delle affermazioni - riportate in tutti i Siti - che tali risultati possono essere ottenuti in assenza di un regime alimentare ipocalorico e/o attività fisica.

53. Tutti i messaggi inoltre presentano un profilo omissivo suscettibile di pregiudicare il processo di scelta del consumatore, atteso che non contengono un adeguato e chiaro riferimento circa la necessità di condurre una dieta ipocalorica ed una proporzionata attività fisica.

54. La condotta appare altresì scorretta per la particolare idoneità a condizionare le scelte economiche di un particolare gruppo di consumatori (art. 20, comma 3, del Codice del Consumo): i soggetti in sovrappeso. Sul punto si rileva che i messaggi, ponendo grande enfasi sulla rapidità e consistenza del dimagrimento promesso, nonché sulla facilità del suo conseguimento (*“senza privazioni”* e *“non rinunciavano ad i loro piatti preferiti”*), promuovono i Prodotti in modo tale da farli percepire come rimedi in grado di risolvere un problema, quello del peso in eccesso, molto diffuso e sentito dai consumatori che ne sono affetti: questi ultimi, proprio in ragione della situazione in cui versano, appaiono infatti particolarmente vulnerabili e più facilmente “agganciabili”.

### **Conclusioni**

55. Alla luce delle considerazioni che precedono, si ritiene che la pratica in esame consistente nell'attribuire a numerosi prodotti dimagranti caratteristiche che essi in realtà non possiedono - anche tramite il ricorso a testimonianze, immagini e *claim* estremamente enfatici - integri una fattispecie di azione ingannevole in relazione alle effettive caratteristiche dei prodotti e alla loro stessa natura (art. 21, lett. a) e b), del Codice del Consumo), inducendo i consumatori ad una scelta commerciale che - ove correttamente informati - non avrebbero preso. Tale pratica risulta altresì omissiva (art. 22, comma 1, del Codice del Consumo), attesa l'assenza di un'adeguata informazione circa la necessità di seguire una dieta varia ed equilibrata nonché di effettuare il dovuto esercizio fisico per poter dimagrire.

56. In conclusione, la scelta operata dai professionisti di promuovere i Prodotti con delle modalità siffatte appare porsi in aperto contrasto con quel dovere di diligenza che incombe sui professionisti (art. 20, comma 2, del Codice del Consumo) allorquando decidono di mettere in commercio prodotti per la diminuzione del peso: in tali ipotesi, i professionisti avrebbero dovuto ricorrere a un

---

<sup>57</sup> Cfr. Pareri EFSA nn. 2011;9(4):2057 e 2009;(9):1292.

<sup>58</sup> Cfr. paragrafo n. 16.

rigore maggiore al fine di evitare di far nascere nel target di riferimento (consumatori particolarmente vulnerabili) falsi affidamenti in merito ai risultati ottenibili.

57. I Prodotti, infatti, essendo composti da estratti di origine vegetale, risultano esclusivamente idonei a integrare la comune dieta grazie al loro effetto nutritivo o fisiologico, non potendo essere dunque in alcun modo promossi come idonei, di per sé, a far conseguire risultati di tale portata, anche alla luce della normativa europea<sup>59</sup> e degli interventi dell'Autorità Europea per la sicurezza Alimentare con specifico riguardo ai Prodotti a base di caffè verde e di estratti di carciofo<sup>60</sup>.

## VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

58. Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

59. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'ampiezza, della capacità di penetrazione e dell'impatto della pratica. Si deve, dunque, considerare la pluralità di prodotti dimagranti e la modalità di diffusione tramite ben undici siti internet mono-prodotto nonché a mezzo stampa, *youtube* e *social network*, *direct mailing*, *newsletter* e *call center*. L'ampio utilizzo di mezzi di diffusione dei messaggi pubblicitari oggetto di contestazione indicano un'elevata capacità della pratica accertata, suscettibile di raggiungere un amplissimo numero di consumatori localizzati su tutto il territorio nazionale. Circostanza, questa, che trova conferma tanto nel significativo volume d'affari generato dalla pratica in questione - come visto: [50-100 mila] euro incassati in una settimana<sup>61</sup>; [100-200] ordini di acquisto ricevuti in un giorno<sup>62</sup>; ricavi pari a 715.680 euro nel 2013 e a 1.644.540 nel 2014<sup>63</sup> - quanto negli investimenti sostenuti da Perfoline SA per la promozione dei Prodotti pari a [omissis] euro nel 2013 e a [omissis] nel 2014<sup>64</sup>.

60. La gravità della condotta si apprezza altresì in riferimento ai potenziali destinatari. Si rileva, in primo luogo, il pregiudizio (anche economico stante il costo dei singoli Prodotti pari a circa 30 euro a confezione), che può derivare allo specifico target di consumatori costituiti dal gran numero di persone interessate alla promessa di un dimagrimento significativo, in breve tempo, senza rinunce e sforzi, attraverso l'impiego dei Prodotti. Si consideri, in secondo luogo, la specifica vulnerabilità di soggetti che in relazione alla propria condizione di sovrappeso possono essere maggiormente pregiudicati dalla condotta.

61. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica è stata posta in essere quantomeno dall'1 gennaio 2013 - periodo in cui ha avuto inizio la promozione e vendita dei Prodotti sul territorio italiano da parte di Perfoline SA e Perfoline SAS -

<sup>59</sup> Cfr. Regolamento Claims 1924/2006 e Direttiva 2002/46/CE relativa agli integratori alimentari.

<sup>60</sup> Cfr. Pareri EFSA nn. 2011;9(4):2057 e 2009;(9):1292.

<sup>61</sup> Doc. ispettivo n. 13.

<sup>62</sup> Doc. ispettivo n.7.

<sup>63</sup> Cfr. Dichiarazione resa il 26 novembre 2014 da [omissis] fiduciaria che assicura la contabilità di Perfoline SA.

<sup>64</sup> Cfr. Dichiarazione Perfoline SA trasmessa in data 4 dicembre 2014.

al giugno 2014 (periodo in cui i Siti sono stati resi inaccessibili a seguito dell'adozione della misura cautelare).

62. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Perfoline SA nella misura di 250.000 € (duecentocinquantamila euro), in quanto professionista che effettua le vendite al consumatore finale, e nella misura di 400.000 € (quattrocentomila euro) a Perfoline SAS, in quanto professionista che ha concorso in concreto alla realizzazione della pratica tenuto conto della sua dimensione economica e del ruolo essenziale svolto.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lett. a) e b), 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante prospettazione ingannevole ed omissiva dei risultati conseguibili con l'assunzione di prodotti dimagranti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio - nonché del consumatore precipuamente individuato nel target di riferimento - in relazione ai medesimi prodotti pubblicizzati e venduti dai professionisti;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Perfoline SA e Perfoline SAS, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, commi 2 e 3, 21, comma 1, lett. a) e b), 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare a Perfoline SA una sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 € (duecentocinquantamila euro);

c) di irrogare a Perfoline SAS una sanzione amministrativa pecuniaria di 400.000 € (quattrocentomila euro);

Le sanzioni amministrative di cui alla precedente lettera devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al decreto legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, 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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

**PS9451 - MERCEDES BENZ ITALIA - CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA**

*Provvedimento n. 25249*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

1. Mercedes-Benz Italia S.p.A. (di seguito, anche "MB Italia"), con sede a Roma, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società opera nella commercializzazione di autoveicoli.

MB Italia ha realizzato nel 2013 un fatturato di circa 2,1 miliardi di euro.

2. CODICI - Centro per i diritti del Cittadino, associazione di consumatori, in qualità di segnalante.

**II. LA PRATICA COMMERCIALE**

3. Il procedimento concerne la diffusione, nel trimestre gennaio-marzo 2014, di messaggi pubblicitari relativi all'offerta di autovetture *Smart* con i *claim* "*La responsabilità ce la prendiamo noi (Quella civile)*" e "*2.500 €\* di contributo assicurazione*".

4. Il procedimento è stato avviato a seguito di una segnalazione dell'associazione CODICI pervenuta in data 20 marzo 2014 ed integrata con documentazione in data 24 marzo 2014. Secondo l'associazione segnalante, i messaggi pubblicitari diffusi dalla MB Italia sarebbero ingannevoli in quanto la rete di vendita della casa automobilistica non ha riconosciuto agli acquirenti la copertura assicurativa evocata nei messaggi stessi.

5. Premesso quanto sopra, la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento consiste nella prospettazione delle caratteristiche dell'offerta con particolare riguardo alla possibilità di acquistare autoveicoli della gamma *Smart* usufruendo di un'assicurazione RC auto.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L'iter del procedimento*

##### **Attività preistruttoria**

6. A seguito della citata segnalazione, in data 7 aprile 2014 è stata inviata una richiesta di informazioni alla MB Italia ed alla società controllata Mercedes-Benz Roma S.p.A. In data 24 aprile 2014 è pervenuta la risposta alla richiesta di informazioni da parte della società MB Italia, per conto anche della società controllata.

In data 5 maggio 2014 è stata inviata un'altra richiesta di informazione a MB Italia, la cui risposta è pervenuta in data 5 giugno 2014.

##### **Attività istruttoria**

7. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 11 agosto 2014 è stato comunicato a MB Italia l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9451. In tale sede veniva in particolare ipotizzata un'infrazione agli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, comma 1 - in relazione al successivo comma 4, lettera *c*) - e comma 2, del Codice del Consumo del Codice del Consumo, potendo la pratica commerciale risultare contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, in ragione di indicazioni inesatte o ambigue e di omissioni informative rilevanti, in ordine al prezzo o al modo in cui questo è calcolato e, più in generale, alle condizioni economiche dell'offerta.

8. Contestualmente alla comunicazione di avvio dell'istruttoria è stata formulata una ulteriore richiesta di informazioni a MB Italia. Con memoria pervenuta in data 22 settembre 2014 la società ha risposto anche alla richiesta di informazioni su citata.

9. In data 7 ottobre 2014 è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. In data 24 ottobre entrambe le Parti hanno presentato una memoria finale.

#### 2) *Le evidenze acquisite*

11. La campagna pubblicitaria, realizzata a livello nazionale dal gennaio al marzo 2014, è consistita in uno spot radiofonico, in un messaggio diffuso mediante affissioni stradali e in un altro messaggio rinvenibile nel sito *www.smart.com*.

Lo spot radiofonico è stato diffuso da emittenti nazionali e *network* nazionali nei periodi 20-29 gennaio, 3-12 febbraio e 10-19 marzo, con circa 2.500 passaggi complessivi. I punti di affissione sono stati circa 4.500, nei periodi 13-26 gennaio e 24 febbraio-9 marzo

12. Il messaggio diffuso via radio propone un dialogo tra un uomo ed una donna in ambito familiare: "*Marco, c'è da pagare l'assicurazione della Smart*"; "*ma non dovevi farlo tu?*"; "*No, tu!*"; "*no, tu*"; "*tu*". A questo punto interviene uno *speaker* che afferma: "*Tranquilli, la responsabilità ce la prendiamo noi, con 2.500 Euro di contributo RC auto su tutta la gamma (...) Fogli informativi in concessionaria. Info smart.com*".

13. Il messaggio diffuso tramite affissioni stradali riporta: "*la responsabilità ce la prendiamo noi (quella civile)*" e "*2.500 € di contributo assicurazione*", accompagnati dalla raffigurazione di un contrassegno RC auto e di una *Smart* e dalla precisazione "*Anche per neopatentati*" Nel messaggio è inoltre presente, con caratteri molto più piccoli, la seguente indicazione: "*(...) il valore indicato di 2.500 € è il contributo Smart decurtato dal prezzo di listino (...) per Smart foto (...) Prezzo di listino 12.246 € (Iva e MSS incluse). Prezzo chiavi in mano 9.746 € (IVA, Messa su strada e contributo smart di 2.500 € inclusi, IPT esclusa) (...) L'offerta è valida su tutta la gamma*"

*Smart, per vetture immatricolate entro il 31/03/2014 e non è cumulabile con altre iniziative in corso*".

**14.** Anche il messaggio diffuso sul sito *www.smart.com* riporta il *claim* "la responsabilità ce la prendiamo noi (quella civile)", in questo caso accompagnato dall'indicazione "Smart tua con un contributo di 2.500 €. Usali bene" e dalla ulteriore indicazione: "Scopri l'offerta", cliccando la quale si entrava in una pagina contenente un testo dal contenuto analogo a quello della nota presente nel citato messaggio affissionale.

**15.** MB Italia ha fornito nel corso del procedimento copia di vari contratti di vendita di autovetture *Smart*, conclusi nel periodo di vigenza dell'offerta da Mercedes-Benz Roma S.p.A., società che opera a Roma nella vendita di autoveicoli quale concessionaria<sup>1</sup>.

Un altro contratto è stato fornito dall'associazione segnalante<sup>2</sup>.

Come precisato da MB Italia già in occasione della risposta alla richiesta di informazioni inviata in fase preistruttoria, l'offerta è stata applicata sotto forma di sconto sul prezzo di listino, senza alcuna relazione con polizze RC auto.

**16.** Dai contratti agli atti risulta che il prezzo delle autovetture incluse nell'offerta di cui trattasi è stato calcolato detraendo dal prezzo di listino un importo a volte pari a 2.500 € a volte superiore a 2.500 €

### **3) Le argomentazioni delle Parti**

#### **MB Italia**

**17.** Con memorie pervenute il 24 aprile, il 22 settembre ed il 24 ottobre 2014, la società MB Italia ha sostenuto che l'espressione "2.500 euro di contributo assicurazione" è una metafora, con la quale si è inteso far intendere ai destinatari dei messaggi che l'acquirente avrebbe usufruito di un contributo pari alla cifra indicata che, figurativamente, avrebbe potuto essere utilizzato per coprire il costo della polizza assicurativa. Nelle difese si fa presente, a riprova di quanto sostenuto, che nel messaggio diffuso via internet la parola "assicurazione" non compare, e si fa riferimento soltanto ad un "contributo" usufruibile da parte di coloro che avessero aderito all'offerta.

**18.** I messaggi, pertanto, prospetterebbero correttamente, secondo il professionista, non la stipula di una polizza RC auto bensì un contributo economico in forma di sconto sul prezzo di listino delle auto incluse nell'offerta, come precisato nel messaggio internet e nella nota presente nel messaggio affissionale.

**19.** Nelle memorie si puntualizza che il contributo pubblicizzato è stato effettivamente applicato come sconto nel periodo dell'offerta, e pertanto gli acquirenti delle automobili avrebbero in tal modo potuto far fronte ampiamente al costo di una polizza annua RC auto.

MB Italia ha inoltre sottolineato che in vari casi è stato accordato uno sconto di importo maggiore rispetto a quello pubblicizzato.

**20.** Nelle memorie si evidenzia, infine, che comunque non sussisterebbe un pregiudizio concreto in capo al consumatore in quanto quest'ultimo è stato messo nella condizione di beneficiare del contributo economico pubblicizzato.

#### **Associazione CO.DI.CI.**

**21.** Con memoria pervenuta in data 24 ottobre 2014, l'associazione CO.DI.CI. ha sostenuto che i messaggi, in ragione della formulazione dei testi e della raffigurazione del bollino di assicurazione

<sup>1</sup> Doc. n. 7 del fascicolo del procedimento. MB Italia ha fornito i contratti che le sono stati indicati a campione, sulla base dell'elenco di tutti i contratti stipulati da Mercedes-Benz Roma S.p.A. in applicazione dell'offerta di cui trattasi. Nel corso del procedimento MB Italia ha fornito anche altri contratti conclusi in applicazione dell'offerta (doc. n. 11).

<sup>2</sup> Doc. n. 2.

RC auto negli stessi, indurrebbero i consumatori a ritenere, contrariamente al vero, che aderendo all'offerta ed acquistando dei veicoli *Smart* avrebbero ricevuto una polizza RC auto.

Secondo l'associazione segnalante, l'ingannevolezza dei messaggi non sarebbe esclusa dall'applicazione di uno sconto da parte della rete di vendita, in quanto i messaggi sarebbero comunque in grado di "agganciare" il consumatore con false promesse.

**22.** Secondo l'associazione segnalante, tutti i messaggi oggetto del presente procedimento sarebbero ingannevoli. In particolare:

- il messaggio radiofonico non conterrebbe alcuna precisazione circa il tipo di contributo e anzi la "tranquillità" evocata nello spot rafforzerebbe il convincimento negli ascoltatori che l'offerta comporti realmente l'ottenimento di un servizio assicurativo che non ci si deve preoccupare di acquistare, essendo già altri responsabili della corretta tenuta della copertura assicurativa dell'autovettura che eventualmente si acquisterà;
- nel messaggio affissionale la nota contenente le precisazioni sull'offerta non potrebbe essere percepita dai consumatori, i quali vedono il messaggio stando a distanza ed in movimento;
- nel sito internet, il contenuto pubblicitario viene frazionato in diverse pagine; le indicazioni riportate nella prima di queste pagine dovrebbero essere considerate, pertanto, in modo autonomo e ritenute ingannevoli.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**23.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo radio e *internet*, in data 29 ottobre 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

**24.** Con parere pervenuto in data 28 novembre 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, comma 1 - in relazione al successivo comma 4, lettera *c*) - e comma 2, del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- i *claim*, sia nel messaggio radio che nel messaggio internet, fanno riferimento all'abbinamento di una polizza assicurativa del valore di 2.500 € all'acquisto di un'autovettura della gamma *Smart*;
- in tal modo, i messaggi sono in grado di indurre il consumatore medio a ritenere che l'acquisto dell'automobile comporti anche la conclusione di un contratto di assicurazione a titolo gratuito.

#### **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

**25.** Il presente provvedimento concerne la diffusione di messaggi pubblicitari relativi all'offerta di autovetture *Smart* abbinate a polizze assicurative RC auto. I messaggi sono caratterizzati dal *claim* "La responsabilità ce la prendiamo noi. (Quella civile)" e "2.500 Euro di contributo assicurazione"<sup>3</sup>.

Tali *claim* sono accompagnati, nel messaggio diffuso tramite affissionali stradali ed in quello diffuso via internet, dalla raffigurazione di un bollino di assicurazione RC auto. Nel messaggio radio, un'ulteriore enfasi sulla copertura assicurativa viene costruita facendo precedere un dialogo ("c'è da pagare l'assicurazione della *Smart*"; "ma non dovevi farlo tu?"; "No, tu!"; "no, tu"; "tu") all'affermazione "Tranquilli: la responsabilità ce la prendiamo noi, con 2.500 Euro di contributo RC auto su tutta la gamma".

---

<sup>3</sup> Nel messaggio internet, "2.500 Euro di contributo".

**26.** I messaggi, per come sono stati costruiti e per i *claim* utilizzati, prospettano ai destinatari l'opportunità, acquistando un'automobile *Smart*, di ottenere quale particolare e specifica offerta promozionale una polizza assicurativa R.C. auto del valore di 2.500 €

La campagna pubblicitaria è stata rivolta anche e, in modo particolare ai neopatentati ("*Anche per neopatentati*"), come evidenziato nel messaggio affissionale), soggetti che per la stipula di una polizza di assicurazione della responsabilità civile autoveicoli devono pagare un prezzo più alto della media dei proprietari degli autoveicoli.

**27.** Dai documenti agli atti e per stessa ammissione dei professionisti risulta tuttavia che, in realtà, l'offerta di cui trattasi si sostanzia in uno sconto di 2.500 € sul prezzo di listino dell'auto prescelta tra quelle rientranti nell'offerta stessa, ovvero di un'offerta promozionale relativa ad un vantaggio economico di natura diversa, circostanza che nello spot radiofonico non è in alcun modo indicata e nel messaggio affissionale è relegata in una nota il cui contenuto, in ragione della scarsa dimensione dei caratteri utilizzati, non è percepibile, a differenza dei *claim* citati che risultano immediatamente visibili a coloro che vedono l'affissione che, per le sue caratteristiche, è idonea ad essere vista da lontano o in movimento.

**28.** Con riguardo al messaggio diffuso via internet le precisazioni circa le reali caratteristiche dell'offerta risultano rinvenibili in una pagina diversa da quella che pubblicizza l'offerta. Pertanto, se è pur vero che le precisazioni sono accessibili ai destinatari, è anche vero che il contenuto delle precisazioni snatura l'essenza dell'offerta che di fatto si sostanzia in uno sconto sul prezzo di listino delle autovetture *Smart*.

**29.** Si osserva che proprio la natura del vantaggio promozionale prospettato nel messaggio appare idonea ad indurre in errore i consumatori, in quanto attratti da un vantaggio economico significativo riferito ad una voce di costo che grava sensibilmente sulla gestione dell'autovettura, in particolare per i neopatentati.

**30.** Non risulta accoglibile, poi, quanto sostenuto dai professionisti nelle difese in ordine al fatto che i contenuti dell'offerta non risulterebbero idonei a trarre in inganno i destinatari, essendo stato riconosciuto agli acquirenti delle autovetture *Smart* il contributo pubblicizzato.

Sul punto vale rilevare che i messaggi, pubblicizzando la possibilità di ottenere una polizza RC auto del valore di 2.500 € e non uno sconto sul prezzo di listino, lasciano intendere, tenuto conto del fatto che l'importo di cui trattasi è rilevante e che le polizze sono tra loro diversificate in ordine al contraente, alla classe di merito ed ad una serie di circostanze che si differenziano da consumatore a consumatore, che l'offerta sia diretta a consentire agli acquirenti di scegliere quale tipo di polizza stipulare senza dover cercare una assicurazione e/o recarsi presso una agenzia, cosa molto diversa dall'offerta di uno sconto sul prezzo di listino dell'auto scelta.

**31.** Ancora, la circostanza che gli acquirenti avrebbero potuto decidere di utilizzare lo sconto ottenuto per stipulare la polizza assicurativa RC auto non rileva poiché, se anche avessero voluto, non avrebbero potuto farlo tramite il professionista, che non risulta avere in alcun modo predisposto neanche la possibilità che ciò avvenisse, non avendo concluso accordi sul punto con nessuna compagnia di assicurazione.

**32.** Alla luce di tutto quanto sopra esposto, deve ritenersi che la pratica commerciale, con riferimento ai messaggi oggetto del procedimento de quo, sia scorretta ai sensi degli articoli 21, comma 1, lettera *d*) e 22, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto non consente di comprendere le caratteristiche dell'offerta con particolare riferimento al prezzo del prodotto pubblicizzato.

**33.** La pratica commerciale risulta inoltre non conforme alla diligenza professionale ragionevolmente esigibile, ai sensi dell'art. 20, comma 2 del Codice del Consumo. Nel caso di

specie, infatti, il professionista ha rappresentato l'offerta in modo assolutamente difforme dalle sue reali caratteristiche, le quali avrebbero potuto e dovuto essere esplicitate nei messaggi in modo chiaro, senza alcun riferimento alla possibilità di ottenere, all'acquisto dell'autovettura, la possibilità di scegliere la polizza RC auto con la conclusione del contratto d'acquisto.

**34.** In conclusione, la pratica risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in ragione di indicazioni inesatte o ambigue in ordine al prezzo o al modo in cui questo è calcolato e, più in generale, alle condizioni economiche dell'offerta.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

**35.** Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**36.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

**37.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame: i) della dimensione economica del professionista, che nel 2013 ha realizzato un fatturato di circa 2,1 miliardi di euro; ii) della diffusione della pratica commerciale, realizzata con una campagna pubblicitaria massiccia e prolungata, via internet, radio e affissioni.

**38.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata realizzata nel trimestre gennaio-marzo 2014.

**39.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Mercedes-Benz Italia S.p.A. nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, comma 2, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione di indicazioni inesatte e ambigue, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in ordine al prezzo o al modo in cui questo è calcolato e, più in generale, alle condizioni economiche dell'offerta;

## **DELIBERA**

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Mercedes-Benz Italia S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*) e 22, comma 2, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Mercedes-Benz Italia S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, 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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 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'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---



**PS9629 - ULIVETO/ROCCHETTA-PER LA SALUTE DIGESTIVA/UROLOGICA**

*Provvedimento n. 25250*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*", adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTA la propria delibera del 28 ottobre 2014, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

1. Co.ge.di International SpA (di seguito COGEDI) è una società di distribuzione di acque minerali, proprietaria dei marchi Uliveto, Rocchetta, Brio Blu Rocchetta e Elisir di Rocchetta. Nel 2013, il fatturato di COGEDI a livello nazionale è stato pari a circa 160 milioni di euro.

2. Roberto La Pira, Direttore della rivista on-line *Ilfattoalimentare.it*, in qualità di consumatore.

**II. LA PRATICA COMMERCIALE**

3. La pratica commerciale in esame consiste nella promozione delle acque minerali Uliveto e Rocchetta attraverso una serie di elementi comunicazionali che realizzano congiuntamente un'indebita associazione tra il consumo delle suddette acque e la salute (utilizzo di loghi di associazioni mediche, della figura dei medici, di diciture relative all'abbinamento fra le acque e le associazioni, oltre alla spendita ricorrente della parola "salute" e dello slogan "acque della salute"). La pratica è stata diffusa a mezzo stampa, per via internet e radiofonica.

***Il messaggio a mezzo stampa***

4. Il messaggio a mezzo stampa, depositato dalla Parte in data 17 aprile 2014 a seguito di richiesta di informazioni in fase preistruttoria, e successivamente nel corso del procedimento, reca nell'intestazione a caratteri cubitali e in rosso la dicitura "*Uliveto e Rocchetta Acque della Salute*" seguita dall'indicazione "*Uliveto è con i gastroenterologi dell'A.I.G.O. per la salute digestiva*"

unitamente al logo AIGO e “**Rocchetta** è con gli urologi del C.L.U. per la salute urologica” unitamente al logo CLU.

Nel corpo centrale vengono raffigurate le confezioni delle acque Uliveto e Rocchetta. Accanto alla bottiglia di Uliveto vengono riportati i seguenti *claim* salutistici “aiuta la **digestione** grazie ai suoi preziosi **minerali**”, “aiuta a combattere la **stipsi** perché ricca di **calcio** e **magnesio**”, “ideale prima durante e dopo **l’attività fisica**”. In ultimo detta acqua è abbinata allo slogan “digerisci meglio e vivi in forma”. Accanto alla bottiglia di Rocchetta, vengono riportati i seguenti *claim* salutistici: “stimola la **diuresi** e aiuta a mantenere i **reni puliti**”, “**depura** l’organismo dalle **scorie**” e “combatte la **ritenzione** idrica eliminando i liquidi in eccesso”. In ultimo la Rocchetta è abbinata allo slogan “puliti dentro, belli fuori”.

Di seguito si riporta l'immagine di tale messaggio<sup>1</sup>.

**ULIVETO e ROCCHETTA**  
**ACQUE DELLA SALUTE**

**ULIVETO**  
È CON I GASTROENTEROLOGI DELL'A.I.G.O.  
PER LA **SALUTE DIGESTIVA**

**ROCCHETTA**  
È CON GLI UROLOGI DEL C.L.U.  
PER LA **SALUTE UROLOGICA**

AIUTA LA DIGESTIONE  
GRAZIE AI SUOI PREZIOSI  
MINERALI

AIUTA A COMBATTERE  
LA STIPSI PERCHÉ RICCA  
DI CALCIO E MAGNESIO

IDEALE PRIMA  
DURANTE E DOPO  
L'ATTIVITÀ FISICA

ACQUA DELLA SALUTE  
**ULIVETO**

DIGERISCI MEGLIO E VIVI IN FORMA.

STIMOLA LA DIURESI  
E AIUTA A MANTENERE  
I RENI PULITI

DEPURA  
L'ORGANISMO  
DALLE SCORIE

COMBATTE  
LA RITENZIONE  
IDRICA ELIMINANDO  
I LIQUIDI IN ECCESSO

ACQUA DELLA SALUTE  
**ROCCHETTA**  
Naturale

PULITI DENTRO, BELLI FUORI.

Acc. 3

<sup>1</sup> Un ulteriore messaggio stampa, di simile tenore, depositato dalla Parte nel corso del procedimento, reca nel frontespizio la dicitura "Uliveto e Rocchetta per la salute della famiglia" e nella parte inferiore i loghi delle associazioni AIGO e CLU accanto ai loghi delle acque.

### ***Gli spot radiofonici***

5. Sulla base dei documenti forniti dalla Parte in fase preistruttoria e nel corso del procedimento, gli spot relativi all'acqua Rocchetta, nelle versioni di 15 e 10 secondi, recano: "*Rocchetta, così leggera e povera di sodio, stimola la diuresi ed aiuta a depurare l'organismo mantenendo puliti i nostri reni. Ecco perché Rocchetta è con gli urologi CLU per la salute urologica. Rocchetta, acqua della salute*" (15 sec.) e "*Rocchetta stimola la diuresi, mantenendo puliti i nostri reni. Ecco perché Rocchetta è con gli urologi CLU per la salute urologica. Rocchetta, acqua della salute*" (10 sec.) (neretto aggiunto).

Gli spot relativi all'acqua Uliveto, sempre nelle versioni di 15 e 10 secondi, recano: "*Uliveto, ricca di calcio e magnesio, aiuta la funzionalità intestinale e, per la sua composizione unica di preziosi minerali, aiuta a digerire meglio. Ecco perché Uliveto è con i gastroenterologi dell'AIGO per la salute digestiva. Uliveto, acqua della salute*" (15 sec.) e "*Uliveto, acqua della salute, per la sua composizione unica di preziosi minerali, aiuta a digerire meglio. Ecco perché Uliveto è con i gastroenterologi dell'AIGO per la salute digestiva*" (10 sec.) (neretto aggiunto).

### ***I siti Rocchetta, Uliveto e Acqua della Salute***

6. La pagina "medici" del sito [www.rocchetta.it](http://www.rocchetta.it), depositata dalla Parte in data 17 aprile 2014, riporta sul lato sinistro l'immagine di un medico in camice bianco e il logo C.L.U. Associazione Urologica per la Calcolosi, e sul lato destro l'indicazione a caratteri cubitali: "*Rocchetta e i MEDICI C.L.U.*" e "*grazie a Rocchetta puoi scrivere direttamente ai medici dell'associazione urologica per la calcolosi*"; di seguito con caratteri più piccoli: "*Tutto ciò che riguarda la salute urologica e la depurazione è a portata di click: scrivi ai nostri specialisti Urologi per avere risposte chiare e competenti sulla salute dell'apparato urinario e dei nostri reni*" seguita dai links "*visita il sito CLU*" e "*scrivi ai medici CLU*".

Dalla visione delle pagine del sito, acquisite d'ufficio in data 3 luglio 2014, risulta che nella *home page* e nelle altre pagine cui si accede tramite vari *links* è riportato un riquadro nel quale sono raffigurati due medici in camice bianco unitamente al logo "*C.L.U. Associazione Urologica per la Calcolosi*" e alla dicitura "*A TU PER TU*" gli *UROLOGI CLU* rispondono *on line* alle tue domande sulla calcolosi e la salute urologica".

Inoltre, cliccando dal link "*salute*", si accede alle pagine concernenti gli effetti salutistici dell'acqua, intitolati "*depurazione*", "*diuresi*", "*studi medico-scientifici*", nonché al sito dedicato "*acqua della salute*" (v. *infra*).

7. La pagina del sito [www.uliveto.it](http://www.uliveto.it), depositata dalla Parte, riporta nella parte superiore lo slogan "*digerisci meglio e vivi in forma*", seguito dalla frase a firma del testimonial Alessandro Del Piero "*Bevo Uliveto tutti i giorni perché mi aiuta a digerire meglio e a vivere in forma*". Nella parte centrale, l'immagine di un medico in camice bianco e il logo AIGO, nonché la dicitura "*Sezione interattiva. Gli specialisti rispondono alle nostre domande su acqua e salute*" seguita dai links "*consigli utili per digerire meglio e vivere in forma*", "*studi clinici sulle proprietà salutistiche di acqua Uliveto*", "*domande e risposte su salute, digestione e acqua minerale*" e "*fai una domanda ai gastroenterologi AIGO*". Nella parte inferiore sono riportate alcune informazioni, anche di carattere storico, sulla fonte Uliveto.

8. Il sito [www.acquadellasalute.it](http://www.acquadellasalute.it) riporta nella *home page* la dicitura: "*scopri cosa dicono i medici, gli specialisti e i ricercatori su:*", seguita, sul lato sinistro, dall'indicazione delle proprietà e caratteristiche di Uliveto ("*digestione, stipsi, attività fisica*") cui si accede tramite i relativi *links* e, sul lato destro, dall'indicazione delle proprietà e caratteristiche di Rocchetta ("*diuresi, depurazione, idratazione*") cui si accede tramite i relativi *links*. Anche in tale sito vi è la possibilità

di scrivere, tramite appositi *links*, ai gastroenterologi di AIGO e agli urologi C.L.U., per avere risposte chiare alle problematiche salutistiche interessate<sup>2</sup>.

9. Infine, quanto al sito aziendale [www.cogedi.it](http://www.cogedi.it), acquisito d'ufficio in data 3 luglio 2014, sull'home page vi è un *link* denominato "ricerche" e introdotto dalla dicitura "la salute dell'acqua dona salute" e "scopri gli studi sui benefici sulle nostre acque" accanto alla raffigurazione di un medico in camice bianco. Cliccando sul *link* si apre la pagina nella quale figura tra l'altro la dicitura "I partner scientifici" unitamente ai loghi dell'AIGO (associazione italiana gastroenterologi ed endoscopisti digestivi ospedalieri) e della CLU (associazione urologica per la calcolosi).

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) L'iter del procedimento

##### a) L'attività preistruttoria

10. A seguito di richiesta di informazioni, in data 17 aprile 2014 COGEDI ha depositato informazioni e documentazione in merito alla corrente campagna pubblicitaria delle acque minerali Uliveto e Rocchetta ed, in particolare, ai messaggi che utilizzano il logo dell'Associazione italiana gastroenterologi ed endoscopisti digestivi ospedalieri (di seguito, anche AIGO) e dell'Associazione urologica per la calcolosi (di seguito, anche CLU) e che associano in modo vario, testuale e grafico, le suddette associazioni nella promozione delle acque in oggetto mediante vanti di effetti benefici sulla salute.

##### b) L'attività istruttoria

11. A seguito della segnalazione del 21 novembre 2013 del signor Roberto La Pira, Direttore della rivista [Ilfattoalimentare.it](http://Ilfattoalimentare.it), integrata in date 28 febbraio 2014 e 7 marzo 2014, e dell'attività preistruttoria svolta, il 7 luglio 2014 è stato avviato il procedimento istruttorio n. PS9629 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettere b) e c), e 22 del Codice del Consumo.

Con la comunicazione di avvio sono state richieste al professionista COGEDI alcuni documenti e informazioni, corredate della relativa documentazione, ad integrazione di quanto pervenuto con la nota del 17 aprile 2014<sup>3</sup>.

12. In data 18 luglio 2014 il signor Roberto La Pira, Direttore della rivista [Ilfattoalimentare.it](http://Ilfattoalimentare.it), è stato ammesso a partecipare al procedimento, a seguito di specifica istanza dello stesso, pervenuta

---

<sup>2</sup> In particolare, la pagina depositata dalla Parte e corrispondente a quella acquisita d'ufficio alla data del 3 luglio 2014 riporta: "A TU PER TU" con i medici specialisti" e "Scrivi ai gastroenterologi AIGO Associazione Italiana Gastroenterologi ed Endoscopisti Digestivi Ospedalieri – Puoi rivolgere le tue domande ai gastroenterologi A.I.G.O., che sapranno risponderti in modo chiaro ed esaustivo, aiutandoti nei tuoi piccoli e grandi problemi quotidiani di digestione"; ed inoltre: "Scrivi agli urologi C.L.U. Associazione urologica per la calcolosi – tutto ciò che riguarda la salute urologica e la depurazione è a portata di click: scrivi ai nostri specialisti Urologi per avere risposte chiare e competenti sulla salute dell'apparato urinario e dei nostri reni".

<sup>3</sup> Le informazioni riguardavano in particolare: 1) le vendite, in valore e in volume, in Italia delle acque minerali Uliveto e Rocchetta nel 2013 e fino al 30 giugno 2014, e i canali distributivi utilizzati; 2) copia di tutti i messaggi pubblicitari relativi all'attuale campagna pubblicitaria delle acque minerali Uliveto e Rocchetta, precisando la data a partire dalla quale gli stessi risultano diffusi; 3) copia di tutti i messaggi pubblicitari che utilizzano il logo dell'AIGO e della CLU e che associano in vario modo le suddette associazioni nella promozione delle acque in oggetto mediante vanti di effetti benefici sulla salute - attraverso qualsiasi canale (stampa, TV, radio, ecc.) - precisando la data a partire dalla quale gli stessi risultano diffusi, nonché la programmazione pubblicitaria delle differenti versioni dei suddetti messaggi pubblicitari; 4) costo dell'investimento pubblicitario, nel suo complesso ed in relazione al veicolo di diffusione; 5) ogni ulteriore elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

in data 15 luglio 2014. L'accoglimento della suddetta istanza è stato comunicato a COGEDI in data 21 luglio 2014.

**13.** In data 5 agosto 2014, COGEDI ha prodotto una memoria e ha fornito le informazioni e la documentazione richiesta.

**14.** In data 5 settembre 2014, il segnalante ha presentato informazioni integrative.

**15.** In data 24 settembre 2014 si è svolta l'audizione di COGEDI, a seguito di specifica istanza della stessa. In data 17 ottobre 2014 COGEDI ha presentato informazioni integrative volte a rappresentare la propria volontà di ravvedersi, depositando testi di nuove comunicazioni pubblicitarie a mezzo stampa e internet.

**16.** In data 30 ottobre 2014 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento, deliberata in data 28 ottobre 2014.

**17.** In data 31 ottobre 2014 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

**18.** In data 7 novembre 2014 il professionista COGEDI ha depositato la propria memoria conclusiva.

**19.** COGEDI ha avuto accesso agli atti del procedimento nel corso dell'istruttoria.

## **2) Le evidenze acquisite**

### **a) L'ampiezza della campagna pubblicitaria**

**20.** La campagna pubblicitaria relativa ai prodotti Uliveto e Rocchetta, interessata dalla pratica in questione, ha riguardato la stampa, la radio e internet<sup>4</sup>.

Sulla base delle evidenze in atti, in particolare, la pubblicità a mezzo stampa è stata diffusa in due varianti, riportate nella sezione seconda del presente provvedimento, e risalenti rispettivamente al luglio 2013 e al novembre 2013. Al riguardo, COGEDI ha rappresentato interventi di ravvedimento in relazione alle future comunicazioni pubblicitarie, finalizzati a rimuovere le preoccupazioni a base delle censure mosse con la comunicazione di avvio (vedi *infra*).

**21.** La pubblicità radiofonica interessata dalla pratica è andata in onda nel 2012 e nel 2013. Detti spot sono cessati a partire dal 2014 e i nuovi spot versati in atti non riportano alcun riferimento testuale e/o grafico all'AIGO e alla CLU e/o alla figura medica.

**22.** Quanto alla campagna pubblicitaria via internet, sulla base delle evidenze disponibili risulta che i siti [www.rocchetta.it](http://www.rocchetta.it), [www.uliveto.it](http://www.uliveto.it) e [www.acquedellasalute.it](http://www.acquedellasalute.it), nella versione interessata dalla pratica, erano *on air* alla data del 7 aprile 2014. Anche a tale riguardo, COGEDI ha rappresentato interventi di ravvedimento in relazione alle future comunicazioni pubblicitarie mediante il *web* (vedi *infra*).

### **b) Le vendite dei prodotti**

**23.** Le vendite delle acque minerali Uliveto e Rocchetta, in Italia, nel 2013 sono state pari, in valore, a circa [omissis]<sup>5</sup> e, in volume, a circa [omissis]. Nel primo semestre del 2014 le vendite delle suddette acque minerali, in Italia, sono state pari, in valore, a circa [omissis] e, in volume, a circa [omissis].

---

<sup>4</sup> Gli spot televisivi, in atti, non utilizzano alcun riferimento grafico e/o testuale all'AIGO e alla CLU, limitandosi a vantare le proprietà favorevoli alla salute delle suddette acque autorizzate dal Ministero della Salute e a riportare lo slogan "acque della salute".

<sup>5</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

### c) Il quadro normativo di riferimento

24. Il Decreto Legislativo 8 ottobre 2011 n. 176, recante “Attuazione della direttiva 2009/54/CE, sull'utilizzazione e la commercializzazione delle acque minerali naturali”, è volto a disciplinare l'utilizzo e la commercializzazione delle acque minerali in Italia, tra l'altro dettando norme sull'etichettatura e la pubblicità.

25. L'articolo 19 del Decreto Legislativo n. 176/11, rubricato “Pubblicità”, detta la disciplina in materia di pubblicità, distinguendo i casi in cui la pubblicità delle acque minerali può essere ammessa, ma subordinatamente ad un'autorizzazione preventiva del Ministero della Salute (quella sulle proprietà favorevoli alla salute), dai casi in cui la pubblicità è vietata (quella sulle proprietà per la prevenzione, la cura e la guarigione di malattie).

In particolare, il comma 1 prevede che “Nella pubblicità, sotto qualsiasi forma, delle acque minerali naturali, è vietato fare riferimento a caratteristiche o proprietà che l'acqua minerale naturale non possenga”.

Il comma 2 stabilisce che “La pubblicità delle acque minerali naturali è sottoposta alla preventiva approvazione del Ministero della Salute limitatamente alle menzioni relative alle proprietà favorevoli alla salute, alle indicazioni ed alle eventuali controindicazioni, di cui all'articolo 12”<sup>6</sup>.

Il comma 3, invece, prevede che: “Restano comunque vietate le indicazioni che attribuiscono ad un'acqua minerale naturale proprietà per la prevenzione, la cura e la guarigione di una malattia umana”<sup>7</sup>.

### d) I decreti ministeriali di riconoscimento delle diciture concernenti le proprietà favorevoli alla salute delle acque Uliveto e Rocchetta

26. Dalla documentazione in atti risulta che l'acqua Uliveto è munita di due decreti (di conferma) di riconoscimento, del 24 gennaio 2000 e del 24 marzo 2004, il primo dei quali autorizza a riportare sulle etichette le seguenti indicazioni “può avere effetti diuretici”, “può favorire la digestione e combattere la dispepsia” e “può svolgere azione coadiuvante nel trattamento della stipsi dell'adulto e del bambino”.

Il decreto del 2004 modifica il primo, sostituendo le diciture “può favorire la digestione e combattere la dispepsia” con le diciture “aiuta la digestione; può combattere la dispepsia”.

27. L'acqua Rocchetta è munita del decreto (di conferma) di riconoscimento del 24 gennaio 2000, che autorizza a riportare sulle etichette le seguenti indicazioni “può avere effetto diuretico e uricurico” e “indicata nelle diete povere di sodio”.

### 3) Le argomentazioni della Parte

28. Nelle proprie note e memorie agli atti, COGEDI rappresenta preliminarmente la propria diligenza e buona fede nella diffusione del messaggio a mezzo stampa in esame, in quanto il Comitato di Controllo dello IAP, a seguito di una richiesta di parere preventivo della società, nel 2013 si pronunciava favorevolmente su un altro messaggio stampa dello stesso tenore<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> Le specifiche indicazioni di cui all'art. 12 sono le seguenti: a) può avere effetti diuretici; b) può avere effetti lassativi; c) indicata per l'alimentazione dei lattanti; d) indicata per la preparazione degli alimenti dei lattanti; e) stimola la digestione o menzioni analoghe; f) può favorire le funzioni epatobiliari o menzioni analoghe; nonché g) altre menzioni concernenti le proprietà favorevoli alla salute dell'acqua minerale naturale, sempreché dette menzioni non attribuiscono all'acqua minerale naturale proprietà per la prevenzione, la cura e la guarigione di una malattia umana; h) le eventuali indicazioni per l'uso.

<sup>7</sup> Il divieto di pubblicità previsto dal comma 4 riguarda un'ipotesi specifica relativa all'utilizzo di espressioni o segni che possano indurre in errore il consumatore circa il nome della sorgente o il luogo della sua utilizzazione, qualora l'acqua sia pubblicizzata con una designazione commerciale diversa dal nome della sorgente o del luogo della sua utilizzazione.

<sup>8</sup> Il messaggio, oggetto dell'attuale censura, differirebbe infatti solo per l'apposizione dei loghi di AIGO e CLU in luogo di FIMMG, nonché per una più esaustiva illustrazione delle proprietà chimiche e salutistiche delle acque e per le diciture

29. Nel merito, COGEDI osserva che le proprietà benefiche delle acque vantate in pubblicità sono state certificate e riconosciute dal Ministero della Salute, anche sulla base degli studi clinici svolti sulle acque stesse, in atti, e quindi possono essere legittimamente spese in tale campagna pubblicitaria.

Inoltre, i benefici che i consumatori possono attendersi dal consumo delle acque, risultando comprovati, si riscontrano indipendentemente dalla collaborazione con le associazioni AIGO e CLU.

30. Le diciture censurate “*Uliveto è con i gastroenterologi dell’A.I.G.O. per la salute digestiva*” e “*Rocchetta è con gli urologi del C.L.U. per la salute urologica*” non costituiscono un *endorsement*, non riportando la pubblicità alcuna espressione quale, ad esempio, “approva”, “consiglia”, “sostiene”, né alcun invito all’acquisto delle acque. Dette diciture sono espressione, piuttosto, di una *partnership* alla quale ciascuna parte concorre nei limiti della sua competenza, con l’obiettivo primario - e finale - di sensibilizzare i consumatori sull’importanza della prevenzione di malattie legate ad alcuni apparati/funzioni della persona.

#### **Gli interventi di ravvedimento di COGEDI**

31. In data 17 ottobre 2014 COGEDI ha depositato proposte alternative delle pubblicità a mezzo stampa e via internet, impegnandosi a modificare le campagne pubblicitarie future, recependo le censure mosse con la comunicazione di avvio.

Dette proposte prevedono l’eliminazione di ogni riferimento di enfatica associazione fra il consumo delle acque Uliveto e Rocchetta e la salute che esorbita da quanto autorizzato e ammesso dal Ministero della Salute, in tal modo non più accreditando ai prodotti alcun beneficio aggiuntivo, anche attraverso enfatiche espressioni o raffigurazioni relative a collaborazioni e/o sponsorizzazioni di medici o loro associazioni.

32. Il messaggio a mezzo stampa depositato in corso di procedimento prevede nel frontespizio la dicitura “*Uliveto e Rocchetta per il benessere della famiglia*”; quindi, da un lato: “*Uliveto favorisce il benessere digestivo*” e dall’altro: “*Rocchetta favorisce il benessere urologico*”.

Nel corpo centrale restano invariati gli specifici claim salutistici accanto alla raffigurazione delle confezioni delle acque Uliveto e Rocchetta, che risultano unite dalla fascetta recante “*acque della salute*”.

Nella parte inferiore vengono inseriti i loghi di AIGO e di CLU accanto a quelli di Uliveto e di Rocchetta. Rimangono infine invariati in ultimo l’abbinamento dell’acqua Uliveto allo slogan “*digerisci meglio e vivi in forma*” e dell’acqua Rocchetta allo slogan “*puliti dentro, belli fuori*”.

33. Dalle pubblicità via internet di Uliveto e di Rocchetta vengono eliminate tutte le raffigurazioni dei medici.

#### **IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

34. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa e per via internet, in data 11 novembre 2014 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

---

“*Uliveto è con i gastroenterologi dell’A.I.G.O. per la salute digestiva*” e “*Rocchetta è con gli urologi del C.L.U. per la salute urologica*”. Nell’altro messaggio, invece, è riportata la dicitura “*Uliveto e Rocchetta sostengono le iniziative della FIMMG per la formazione dei giovani medici di famiglia e per la promozione dei corretti stili di vita*”. Peraltro, la Parte informa che lo IAP ha dichiarato “cessata la materia del contendere” in ordine ad un precedente messaggio stampa concernente la FIMMG, contestato anche dallo IAP, solo a seguito del suddetto parere favorevole sul nuovo messaggio e della rinuncia della società all’opposizione all’ingiunzione di desistenza, che era stata intimata dallo IAP in relazione al messaggio originario.



**35.** Con parere pervenuto in data 18 dicembre 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lett. b) e c), e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni.

Preliminarmente, un'eventuale valutazione di conformità al Codice di autodisciplina di un messaggio pubblicitario non pregiudica e non impedisce una diversa valutazione da parte dell'autorità statale amministrativa o giudiziaria, in quanto detto Codice costituisce espressione dell'autonomia negoziale delle parti private aderenti e le fonti e gli Organi riferibili a detto Codice, da un lato, e le valutazioni compiute dall'autorità amministrativa e giudiziaria, dall'altro, sono reciprocamente indipendenti ed autonome.

Nel merito, la comunicazione pubblicitaria in esame risulta scorretta in quanto, analogamente ai claim esaminati nell'istruttoria PS8805, insiste particolarmente sull'associazione tra il consumo di tali acque e il concetto di salute, con riguardo anzitutto ad esempio ai seguenti claim *“acque della salute”*, *“Uliveto è con i gastroenterologi dell’A.I.G.O. per la salute digestiva”* e *“Rocchetta è con gli urologi del C.L.U. per la salute urologica”* e poi all'accostamento di tali acque ai *“gastroenterologi dell’AIGO”* e *“agli urologi del CLU”* e ai relativi loghi. Anche il claim *“acque della salute”*, nel contesto dei messaggi in esame, assume un significato specifico e ulteriore, accreditando alle acque effetti curativi e preventivi di carattere generale che esse in realtà non possiedono. Potrebbe infine risultare scorretto l'impiego del riferimento ai *“gastroenterologi dell’AIGO”* e *“agli urologi del CLU”* e ai relativi loghi, in quanto suscettibile di far credere ai consumatori che le acque abbiano ricevuto da dette associazioni una particolare approvazione delle loro eventuali proprietà salutistiche, sulla base di specifiche procedure di controllo, e che il consumo di tali acque possa favorire in modo particolare il benessere e la salute.

## V. VALUTAZIONI

**36.** La pratica commerciale oggetto di esame è volta sostanzialmente a promuovere le acque minerali Rocchetta e Uliveto attraverso un'indebita ed enfatica associazione tra il consumo delle acque e la salute, realizzata mediante l'utilizzo congiunto di un insieme di elementi comunicazionali, testuali e grafici, quali diciture che abbinano associazioni mediche, nella specie AIGO e CLU, alle acque in oggetto promuovendone gli effetti benefici sulla salute (*“Uliveto è con i gastroenterologi dell’A.I.G.O. per la salute digestiva”*; *“Rocchetta è con gli urologi del C.L.U. per la salute urologica”*) seguite dai loghi delle suddette associazioni nel medesimo campo visivo, la figura di medici, la parola *“salute”*, lo slogan *“acque della salute”*.

**37.** Detta pratica presenta profili di scorrettezza in quanto tutti detti elementi accreditano ai prodotti una caratteristica salutistica aggiuntiva rispetto alle effettive caratteristiche dei prodotti che, secondo quanto emerso dall'istruttoria, possono essere legittimamente spese sulla base delle diciture autorizzate dal Ministero della Salute.

**38.** In particolare, l'enfatico e ripetuto ricorso nelle comunicazioni pubblicitarie alle associazioni dei gastroenterologi e degli urologi e alle figure stesse dei medici, alle diciture che abbinano le acque alle suddette associazioni tramite la parola *“salute”* e specificamente e in modo ricorrente alla salute digestiva e urologica, determinano, nei riguardi dei consumatori, sia una particolare amplificazione delle proprietà e caratteristiche salutistiche dei prodotti, sia un particolare affidamento sulle medesime proprietà e funzioni salutistiche proprio in ragione delle figure mediche associate a tali specifici vanti. Il gastroenterologo e l'urologo, infatti, vengono generalmente percepiti come soggetti assai qualificati sotto il profilo scientifico del quale si seguono i dettami, specialmente per chi è afflitto da problematiche gastrointestinali e urologiche.

**39.** Inoltre mediante il richiamo alla figura medica, e agli altri elementi già detti, le acque in esame vengono implicitamente segnalate come migliori rispetto ai prodotti concorrenti che presentano proprietà favorevoli alla salute analoghe o simili, proprio in quanto godono della garanzia di medici.

**40.** Nel contesto dei messaggi in esame, anche lo slogan “*acque della salute*”, usato nell’intera campagna pubblicitaria, e in modo enfatico specialmente nei messaggi a mezzo stampa e radiofonici, solo in quanto abbinato agli altri elementi sopra richiamati – e specialmente al ricorrente riferimento alla *salute digestiva e salute urologica* - perde la natura di vanto generico e meramente enfatico per costituire elemento comunicazionale che accredita alle acque effetti curativi o preventivi di carattere generale e aggiuntivo che, in realtà, esse non possiedono.

**41.** Né appare condivisibile l’argomento di COGEDI secondo cui, atteso che i benefici salutistici vantati risultano autorizzati dal Ministero, il richiamo alle associazioni mediche e alla figura dei medici sarebbe irrilevante sulla formazione delle scelte di consumo, poiché i risultati che i consumatori sono indotti ad attendersi dall’utilizzo delle acque Uliveto e Rocchetta, proprio in ragione dei descritti elementi presenti nei messaggi promozionali, sono ben maggiori dei risultati che i consumatori stessi possono effettivamente conseguire dal consumo di dette acque.

### **Conclusioni**

**42.** In conclusione, ai sensi dell’articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, una pratica commerciale è scorretta “se è contraria alla diligenza professionale ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta (...)”. Nel caso di specie, la contrarietà alla diligenza professionale e l’idoneità a falsare il comportamento economico dei consumatori della pratica oggetto di valutazione derivano dalla riscontrata natura ingannevole della stessa ai sensi degli artt. 21, lett. b), e 22, comma 1, del Codice del Consumo.

**43.** Non rileva invece la circostanza che l’Istituto dell’Autodisciplina Pubblicitaria abbia emesso un parere favorevole in ordine al messaggio stampa, descritto in fatto.

In primo luogo si osserva che il parere favorevole riguarda un messaggio stampa al quale il professionista aveva apportato modifiche, eliminando i principali profili di criticità, rispetto ad un precedente messaggio stampa su cui lo stesso IAP aveva ingiunto a COGEDI di desistere e che l’Autorità stessa ha inibito con il suo provvedimento n. 24608 del 6 novembre 2013.

**44.** Ciò premesso, si osserva che l’istruttoria ha permesso di accertare che la pratica commerciale è volta ad accreditare al prodotto caratteristiche salutistiche aggiuntive non veritiere e, per queste ragioni, è scorretta. In particolare, la pratica commerciale è incentrata sull’associazione tra il consumo di due specifici prodotti, le acque Uliveto e Rocchetta, e la salute dei consumatori, corroborata nel caso di specie da una pluralità di elementi comunicazionali che congiuntamente inducono i consumatori a ritenere di potersi attendere dal consumo delle acque risultati salutistici maggiori rispetto a quelli reali.

**45.** In particolare, quanto alla contrarietà alla diligenza professionale, non si riscontra nel caso di specie, da parte di COGEDI il normale grado di competenza, attenzione e cautela che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla qualità del professionista, in quanto operatore accreditato nel settore delle acque minerali, e alle caratteristiche dell’attività svolta nella promozione di prodotti alimentari quali le acque minerali Uliveto e Rocchetta.

**46.** Per quanto attiene, inoltre, all’idoneità della pratica a falsare in misura apprezzabile le scelte economiche dei consumatori, si osserva che l’utilizzo di diciture che realizzano un diretto delle associazioni mediche per accreditare e avvalorare i prodotti in termini salutistici, i loghi associativi e le figure dei medici proprio in ragione dell’autorevolezza del richiamo alla figura medica,

costituiscono una specifica caratteristica e vanto di qualità dei prodotti stessi in grado di orientare le scelte dei consumatori.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

47. 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 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

48. Nel caso di specie, si tiene conto della breve durata della pratica in esame<sup>9</sup> e soprattutto degli interventi di ravvedimento operoso posti in essere dalla società che si sono concretizzati, in particolare, nell'eliminazione dai testi pubblicitari delle diciture che abbinano le associazioni mediche, nella specie AIGO e CLU, alle acque in oggetto promuovendone gli effetti benefici sulla salute ("*Uliveto è con i gastroenterologi dell'A.I.G.O. per la salute digestiva*"; "*Rocchetta è con gli urologi del C.L.U. per la salute urologica*"), e della figura di medici, nonché nella sostituzione della parola *salute* con quella più generica e neutra di *benessere* e più in generale l'indicazione che in futuro il professionista utilizzerà solo i claim salutistici espressamente autorizzati. Per i motivi che precedono, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura del minimo edittale, pari a 5.000 €(cinquemila euro).

52. In considerazione del fatto che COGEDI risulta già destinataria di provvedimenti adottati dall'Autorità in applicazione delle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette di cui al Codice del Consumo<sup>10</sup>, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 10.000 €(diecimila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), e 22, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante indicazioni ingannevoli a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle acque minerali Uliveto e Rocchetta;

### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Co.ge.di International S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Co.ge.di International S.p.A., una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000€(diecimila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli

<sup>9</sup> La campagna pubblicitaria dei prodotti si è svolta nel periodo 2012- 2013 per via radiofonica ed è cessata prima dell'avvio del procedimento, nel secondo semestre 2013 e nel 2014 a mezzo stampa e nel 2014 per via internet.

<sup>10</sup> Cfr. provvedimento n. 24608 del 6 novembre 2013, relativo al caso PS8805, *Uliveto e Rocchetta – Acque della salute*, in Boll. n. 49/13.

Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato 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](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Ai sensi dell'articolo 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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. 689/81, 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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza al provvedimento l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---

**PS6871 - ALITALIA - ASSICURAZIONE E RIMBORSI**

*Provvedimento n. 25252*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera dell’8 agosto 2012, successivamente sostituito dal “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*” (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 21 luglio 2014, successivamente integrata in data 17 ottobre 2014, con la quale la società Alitalia Compagnia Aerea Italiana S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 17 settembre 2014, con il quale, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Nuovo Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 21 luglio 2014, ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9, del Nuovo Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

**1. Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A.** (di seguito, anche, *Alitalia* o *il professionista*), in qualità di professionista, ai sensi dell’articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società ha per oggetto principale l'esercizio di linee e collegamenti aerei per il trasporto di persone e cose in Italia, fra l'Italia e Paesi esteri e in Paesi esteri.

**2. CODACONS** – Coordinamento di associazioni per la tutela dell’ambiente e dei diritti di utenti e consumatori, in qualità di segnalante. CODACONS è un’associazione di volontariato a tutela di consumatori e utenti, senza fini di lucro, a base democratica e partecipativa, che persegue esclusivamente obiettivi di solidarietà sociale, tutela il diritto alla trasparenza, alla corretta gestione e al buon andamento delle pubbliche amministrazioni.

**II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

**3.** Il procedimento, avviato sulla base di numerose segnalazioni pervenute sia da parte di consumatori che del CODACONS, nonché a seguito di rilevazioni effettuate d’ufficio sul sito *Internet* del professionista *www.alitalia.it*, concerne due presunte autonome pratiche commerciali scorrette.

**4. A)** La prima pratica attiene alle modalità attraverso le quali Alitalia commercializza, nel corso del processo di prenotazione *on line* di un volo nel sito *web* *www.alitalia.it*, la polizza di assicurazione viaggio facoltativa omettendo, o rendendo in modo insufficiente e inadeguato,

informazioni essenziali circa il servizio proposto. In particolare, le contestazioni riguardano il momento in cui si invitano i consumatori ad effettuare la scelta di acquisto della polizza assicurativa in abbinamento al servizio di trasporto aereo senza fornire loro alcuna descrizione circa il prodotto offerto e mettendo viceversa in risalto soltanto informazioni enfatiche prive di reale utilità per il consumatore (vedi successiva Immagine n.1), oppure presentando le relative informazioni in modo estremamente generico, omissivo e fuorviante (vedi successiva Immagine n.2).

## Immagine n.1

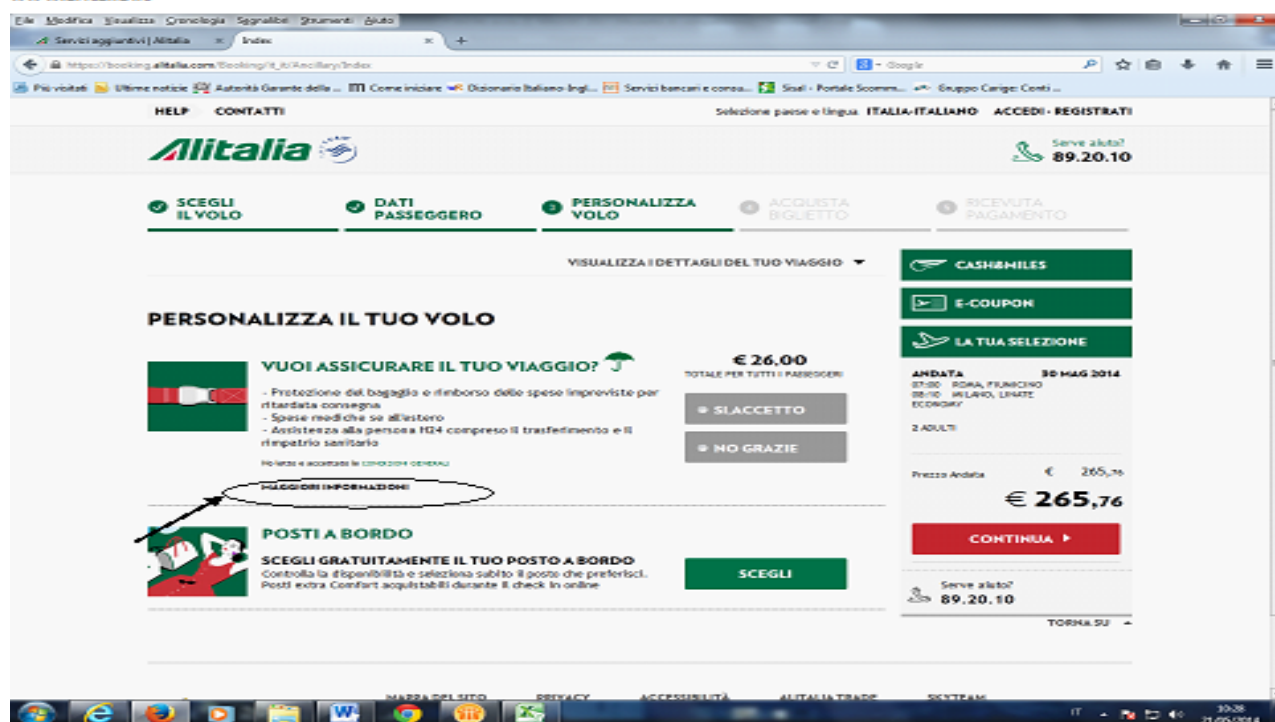
Pagina web della simulazione di un volo A/R Roma - Milano - 1 adulto, rilevata in data 8 maggio 2014 sul sito Internet [www.alitalia.it](http://www.alitalia.it)

The screenshot shows the Alitalia website interface. At the top, there is a navigation bar with the Alitalia logo and various menu items like 'SERVIZI', 'DATI PASSEGGERI', and 'PERSONALIZZA VOLO'. The main content area is titled 'PERSONALIZZA IL TUO VOLO' and features a large advertisement for 'ASSICURAZIONE DI VIAGGIO' (Travel Insurance). The advertisement includes the Alitalia logo and a small airplane icon. The text of the advertisement is partially obscured by a red circle and an arrow pointing to it. To the right of the advertisement, there are flight details, including the route 'ROMA - MILANO', the price '€ 118,00', and a total price of '€ 216,11'. The page also displays a 'CONTINUA' button and a 'SERVIZI' button.

*“Scegli Alitalia programma viaggi - Vola in tranquillità grazie a ACE GROUP e goditi il tuo viaggio”*

**Immagine n.2**

Pagina web della simulazione di un volo A/R Roma – Milano - 2 adulti. rilevata in data 21 maggio 2014 sul sito Internet [www.alitalia.it](http://www.alitalia.it)





*“Vuoi assicurare il tuo viaggio? - Protezione del bagaglio e rimborso delle spese impreviste per ritardata consegna – Spese mediche all’estero – Assistenza alla persona H24 compreso il trasferimento e il rimpatrio sanitario”*

5. Nella pagina web di cui alla precedente Immagine n. 2, anche cliccando sul link *Maggiori Informazioni*, attraverso il quale si approda alla *Scheda sintetica di polizza\_alitalia Programma Viaggi* (vedi successiva Immagine n.3), le informazioni rese dal professionista persisterebbero nella loro ambiguità e scarsa trasparenza, non consentendo ai consumatori di disporre degli elementi sufficienti a comprendere la reale natura e consistenza del servizio offerto<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Nella medesima pagina web il professionista si limita a rimandare i consumatori, attraverso un altro link ipertestuale, alle *Condizioni Generali* di polizza, di non facile accessibilità e lettura.

### Immagine n.3

La pagina della Scheda sintetica di polizza alla quale si accede cliccando sul link "Maggiori informazioni"

**ALITALIA PROGRAMMA VIAGGI**

ALITALIA - Compagnia Aerea Italiana S.p.A. ha stipulato una polizza a favore dei propri Clienti con la Compagnia Assicurativa ACE European Group Ltd, uno dei più importanti e solidi gruppi assicurativi internazionali.


La polizza assicura il viaggio che inizia con un volo acquistato con Alitalia e prevede, a seconda dell'Opzione prescelta le seguenti coperture assicurative:

Opzione	ITALIA			EUROPA	MONDO	MONDO PLUS
	Full	Annullamento e assistenza	Bagaglio e assistenza	Full	Full	Full
Garanzia rimborso della penale per modifica o annullamento biglietti aerea (Articolo 4 Condizioni di Assicurazione)	✓	✓	-	✓	✓	✓
Garanzia rimborso delle spese di riprotezione del viaggio (Articolo 5 Condizioni di Assicurazione)	✓	✓	-	✓	✓	✓
Garanzia protezione del bagaglio (Articolo 6 Condizioni di Assicurazione)	✓	-	✓	✓	✓	✓
Garanzia rimborso delle spese impreviste per ritardata consegna del bagaglio (Articolo 7 Condizioni di Assicurazione)	✓	-	✓	✓	✓	✓
Assistenza alla persona (Articolo 8 Condizioni di Assicurazione)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Garanzia copertura delle spese mediche conseguenti ad infortunio o a malattia improvvisa (Articolo 9 Condizioni di Assicurazione)	-	-	-	✓	✓	✓

Di seguito, massimali, franchigie, effetto e durata delle garanzie e delle prestazioni assicurative:

GARANZIA	MASSIMALI	FRANCHIGIA
Rimborso della penale per modifica o annullamento biglietti aerea	€ 5.000,00 per Assicurato e € 10.000,00 per sinistro nel caso di più Assicurati iscritti al viaggio contemporaneamente	15% dell'importo della penale solo se la riserva al viaggio non è dovuta a motivo operativo o di caso.
Rimborso delle spese di riprotezione del viaggio	€ 500,00 per viaggio	€ 50,00 per sinistro e per Assicurato
Protezione del bagaglio	€ 1.000,00 per Assicurato e per viaggio. € 150,00 per ogni oggetto	Condizioni di Assicurazione
Rimborso delle spese impreviste per ritardata consegna del bagaglio	€ 150,00 per sinistro e per viaggio	12h
Assistenza alla persona	Condizioni di Assicurazione	Condizioni di Assicurazione
Copertura delle spese mediche conseguenti ad infortunio o a malattia improvvisa	€ 150.000,00 per Assicurato in Europa. € 200.000,00 per Assicurato nel Mondo. Per l'Opzione Mondo Plus, € 1.000.000,00 per tutti gli Assicurati di età inferiore a 80 (ottanta) anni compiuti, € 200.000,00 per tutti gli altri Assicurati.	€ 50,00 per sinistro e per Assicurato. Garanzia non valida in Italia.

Scheda Sintetica di Polizza (55/d.05/2013) Pag. 1 di 4



 SEDE LEGALE ACE European Group Ltd, 100 London Wall, London, EC2Y 5LF United Kingdom - Alitalia ed Ace European Group Ltd sono iscritti al Registro del Tribunale di Milano - Direzione Regionale del Registro Imprese di Milano - Mod. 2082 - Tel. 02 27086.1 - P.I. 02000000903 - F.I.S. C.F. 02000090903 - R.I.S.A. n. 1122288 - inv.2011286@acegroup.com - www.aceeuropeangroup.com  
 One of the ACE Group of Insurance & Reinsurance Companies

6. Con particolare riferimento alla garanzia *Rimborso della penale per modifica o annullamento biglietti aerea*, il professionista non indica, tra l'altro, che l'assicurazione non copre le tasse aeroportuali e le *fee* di agenzia<sup>2</sup>, limitandosi a rappresentare l'importo del massimale rimborsabile<sup>3</sup> e l'ammontare della franchigia espressa in percentuale (15%) dell'ammontare della penale, senza ulteriori specificazioni; inoltre, l'operatività della garanzia (e quindi il rimborso dell'importo della penale) è subordinata alla comunicazione dell'annullamento della biglietteria aerea *prima della partenza del volo e solo per i casi indicati di seguito*: (...) <sup>4</sup>; vieppiù, per ogni richiesta di rimborso, l'assicurato deve denunciare il sinistro alla Società *entro 5 giorni da quando si è verificato l'evento*<sup>5</sup>.

7. Avuto riguardo, infine, alla *Garanzia Protezione del bagaglio*, evidenziata anche nella pagina di proposta della polizza al consumatore nel corso del processo di prenotazione (vedi precedente Immagine n.2), l'articolo 6 delle *Condizioni di Assicurazione* precisa l'oggetto della garanzia, prevedendo un risarcimento per danni materiali e diretti a causa di furto, furto con scasso, rapina, scippo, perdita, smarrimento, danneggiamento del proprio bagaglio e/o dei propri effetti personali,

<sup>2</sup> Tale informazione è disponibile soltanto all'interno delle condizioni di polizza, di non immediata fruibilità per i consumatori (Art. 4 delle *Condizioni di Assicurazione*: "Dal rimborso sono escluse le tasse aeroportuali e le *fee* di agenzia"). Peraltro, nel corso del processo di prenotazione di un volo, l'importo delle tasse è visionabile solo se il consumatore clicca sul link "Visualizza i dettagli del tuo viaggio" posto nella pagina web "Dati del passeggero", informazione anch'essa di non immediata accessibilità per i consumatori (cfr. doc. n. 1.8, di cui all'indice del fascicolo pag. 153).

<sup>3</sup> Pari ad €5.000 per assicurato ed €10.000 per sinistro nel caso di più assicurati iscritti al viaggio contemporaneamente.

<sup>4</sup> Cfr. art. 4 delle *Condizioni di Assicurazione*.

<sup>5</sup> Cfr. art. 14 - Obblighi generali relativi alla denuncia del sinistro - delle CG di Assicurazione



senza accennare, neppure sinteticamente, alle numerose esclusioni e limitazioni previste dalla polizza per il rischio assicurato<sup>6</sup>.

**8. B)** La seconda pratica riguarda le difficoltà incontrate dai consumatori per ottenere, da parte del professionista, il rimborso di alcuni degli elementi di costo di un biglietto aereo non volato per causa del passeggero, con riferimento alla tariffa e/o alle tasse e diritti aeroportuali.

**9.** Nello specifico, i profili di scorrettezza oggetto delle segnalazioni riguardano: *(i)* l'esistenza di una *fee* amministrativa per l'apertura e gestione della pratica di rimborso, pari a 20 euro; *(ii)* l'assenza di un'adeguata informativa, all'atto della prenotazione e dell'emissione del biglietto, in merito alla richiesta della citata *fee* amministrativa; *(iii)* la necessità, al fine di attivare la procedura di rimborso, di contattare il *call center* a pagamento del professionista che aggrava l'onerosità della procedura.

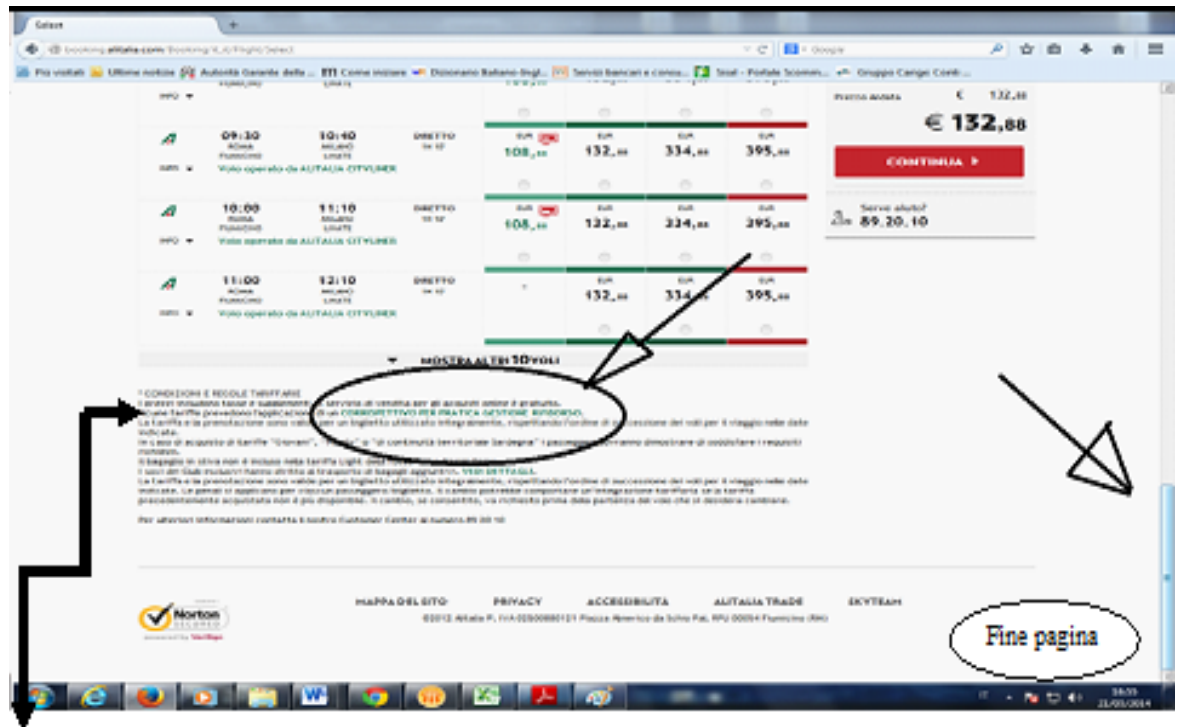
**10.** Per ciò che concerne l'informazione sulle modalità di rimborso e gli oneri di gestione della procedura, si rileva che essa non è presente né nelle condizioni generali di trasporto (CGT – eccezion fatta per la locuzione *dedotte le eventuali spese ragionevolmente sostenute da Alitalia per il relativo servizio*)<sup>7</sup>, né nell'*home page* del sito di Alitalia, ma sono rinvenibili unicamente in un *pop-up* esplicativo delle modalità di pagamento, il cui *link* di collegamento è posto in fondo alla pagina *web* relativa al primo *step* del processo di prenotazione *on line* di un volo (sezione “*Scegli il volo*”) il cui contenuto non è di facile reperibilità per il consumatore (vedi successiva Immagine n. 4).

---

<sup>6</sup> Cfr. art. 6 delle *Condizioni di Assicurazione*.

<sup>7</sup> L'articolo 11.3. delle Condizioni Generali di Trasporto Alitalia, così recita: *Qualora il passeggero perda interesse al trasporto o non ne richieda l'esecuzione, il rimborso di quanto pagato per il trasporto (cd. rimborso volontario) verrà effettuato da Alitalia solo nel caso in cui il biglietto sia stato emesso da Alitalia stessa o da un suo agente autorizzato. In questo caso, l'ammontare del rimborso, dedotte le eventuali spese ragionevolmente sostenute da Alitalia per il relativo servizio, sarà di importo: – pari a tutto il corrispettivo pagato, se il trasporto non è stato effettuato nemmeno in parte; oppure – pari alla differenza fra tutto il corrispettivo pagato e quello relativo al trasporto effettuato, se il trasporto è stato effettuato solo in parte. Quanto sopra, fatte salve le eventuali condizioni più restrittive previste dalle tariffe scelte.*

### Immagine n. 4



Alcune tariffe prevedono l'applicazione di un **CORRISPETTIVO PER PRATICA GESTIONE RIMBORSO**.

11. Lo stesso *pop up*, infine, conferma l'obbligo imposto da Alitalia di dover contattare un numero telefonico a sovrapprezzo per poter avanzare la richiesta di rimborso<sup>8</sup>.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO: LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI

#### 1) L'iter del procedimento

12. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 6 giugno 2014 è stato comunicato al professionista e al CODACONS l'avvio del procedimento istruttorio n. PS6871<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Sul *pop up* può, infatti, leggersi: **RIMBORSO - La richiesta di rimborso biglietto, totale o parziale, per rinuncia al volo del passeggero, prevede l'applicazione di un corrispettivo di € 20 a biglietto per la gestione della pratica. Il rimborso, se consentito, può essere richiesto solo se si è provveduto a comunicare ad Alitalia la cancellazione della prenotazione prima della partenza del volo. Il corrispettivo, indipendentemente dalla presenza di una penale per il rimborso, si applica per tutti i biglietti ad esclusione di quelli in classe Magnifica, Classica Plus, Economy/Libera e per i voli in regime di Continuità territoriale. Per tutte le tariffe sono sempre rimborsabili le tasse aeroportuali e di sicurezza. Nel caso in cui l'importo da rimborsare sia inferiore al corrispettivo per la gestione della pratica, non sarà rimborsato alcun importo. Il rimborso di biglietti acquistati su alitalia.com e tramite Customer Center può essere richiesto telefonando al Customer Center. Per i biglietti emessi dalle agenzie di viaggio, la richiesta di rimborso va inoltrata all'agenzia stessa.**(sottolineature aggiunte).

<sup>9</sup> In tale sede è stato ipotizzato che le condotte di Alitalia fossero suscettibili di integrare distinte violazioni degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo. In particolare, con riferimento alla pratica commerciale di cui alla **lettera A)**, il professionista ometterebbe di fornire ai consumatori informazioni essenziali circa il servizio assicurativo proposto, ovvero l'esistenza delle numerose esclusioni e limitazioni previste dal contratto per le diverse garanzie prestate che riducono sostanzialmente le possibilità per i consumatori stessi di vedersi corrispondere un indennizzo. Ad esempio, in relazione alla garanzia **Rimborso della penale per modifica o annullamento biglietteria aerea**, Alitalia non informa i consumatori circa il fatto che il rimborso non copre le tasse e i diritti aeroportuali, non fornendo neppure una chiara indicazione dell'ammontare della franchigia prevista in caso di rimborso spettante in virtù della rinuncia al viaggio, indicata solo in percentuale della penale, senza ulteriori specificazioni, così rendendo estremamente difficoltoso calcolarne la consistenza in rapporto

**13.** 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'art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni e relativa documentazione circa le pratiche commerciali sopra descritte<sup>10</sup>.

**14.** In data 11 giugno 2014, Alitalia ha avanzato istanza di accesso agli atti del procedimento, effettuato il successivo 16 giugno<sup>11</sup>.

**15.** In data 21 luglio 2014 il professionista ha presentato una propria proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Nuovo Regolamento, richiedendo

---

all'entità dell'indennizzo cui si avrebbe diritto in caso di realizzazione dell'evento assicurato (rinuncia al viaggio). Avuto riguardo alla *Garanzia Protezione del bagaglio*, oltre alla sommaria indicazione dei rischi effettivamente coperti dal contratto e alle omissioni rilevate nel corso della procedura di prenotazione al momento della scelta di acquisto, apparse inidonee a rendere comprensibile la portata del servizio offerto, detta garanzia potrebbe, almeno in parte, essere già oggetto di specifiche normative di protezione poste a tutela dei consumatori. Avuto riguardo alla condotta di cui alla *lettera B)*, la previsione di una *fee* amministrativa per i consumatori che volessero esercitare il proprio diritto al rimborso della tariffa (ove previsto dalla rispettiva regola), ovvero delle tasse e dei diritti aeroportuali in caso di rinuncia volontaria al volo, nonché l'assoluta inadeguatezza dell'informativa circa l'esistenza della stessa, sono apparse configurare una pratica commerciale scorretta. In ogni caso rileverebbe, altresì, il notevole ammontare della *fee* richiesta ai passeggeri (pari a 20 euro) in rapporto all'esiguità delle tasse aeroportuali oggetto di rimborso (specie in caso di voli cd. domestici), che potrebbe sostanzialmente ridurre (e in molti casi eliminare) l'interesse del consumatore all'esercizio del diritto in questione. Peraltro, l'obbligo imposto ai consumatori di dover contattare un numero telefonico a pagamento (892010) per avanzare le proprie richieste di rimborso, determinano per questi ultimi un costo significativo, oltreché ingiustificato, considerata l'inesistenza di modalità alternative gratuite e/o meno onerose che consentano ai consumatori di esercitare liberamente e legittimamente i propri diritti derivanti dal contratto di trasporto sottoscritto con il professionista. *Cfr.* doc. n. 3.1 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>10</sup> In particolare, è stato richiesto ad Alitalia di fornire le seguenti informazioni: **con riferimento alla pratica di cui alla lettera A) - 1.** copia degli accordi contrattuali, precisandone i rispettivi periodi di vigenza, tra Alitalia e le società Europe Assistance Italia S.p.A. e ACE European Group Ltd., per l'erogazione di tutti i servizi assicurativi proposti ai consumatori nel corso della procedura di prenotazione *on line* dei voli Alitalia (allegando le relative schermate delle pagine *web* del sito recanti l'offerta del servizio assicurativo nel corso della procedura di prenotazione e il loro periodo di pubblicazione); **2.** con riferimento a ciascuno degli anni 2012, 2013 e fino alla data odierna: *i*) numero e valore dei contratti di assicurazione viaggio stipulati con i consumatori italiani, nonché loro incidenza sul numero totale dei biglietti venduti e *ii*) *pricing* del prodotto assicurativo offerto, specificando le motivazioni e circostanze in base alle quali esso varia a seconda della diversità di tratte acquistate nel corso del processo di prenotazione (nazionale, continentale, intercontinentale); **3.** con riferimento a ciascuno degli anni 2012, 2013 e fino alla data odierna, distinguendo in base alla tipologia di volo commercializzato (nazionale, continentale, intercontinentale): *i*) numero delle richieste di rimborso avanzate dai consumatori italiani sulla base delle garanzie modifica o annullamento biglietteria aerea e protezione del bagaglio (o altrimenti denominate); *ii*) numero di rimborsi effettuati e loro importo medio in relazione a tutte le garanzie prestate; *iii*) numero di pratiche che non hanno portato ad alcun rimborso; *iv*) importo medio del prezzo di un biglietto (solo andata e A/R) avendo a riferimento tutte le rotte operate da Alitalia (nazionali, continentali, intercontinentali) con origine in un aeroporto italiano; **4.** con specifico riferimento alla garanzia modifica o annullamento biglietteria aerea, le modalità attraverso le quali i consumatori possono reperire l'informazione, al fine di determinare l'entità del potenziale rimborso, sull'ammontare della penale prevista in base alla tariffa prescelta, precisando la differenza tra penale di modifica e penale di annullamento (art. 4 - CGP); **5.** con specifico riferimento alla garanzia protezione del bagaglio, la diversità della copertura assicurativa prevista nella polizza rispetto alla responsabilità del vettore in materia di trasporto di bagagli (distruzione, perdita, deterioramento o ritardo) prevista dalla Convenzione di Montreal del 1999; **6.** ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame. **con riferimento alla pratica di cui alla precedente lettera B) - 7.** data a partire dalla quale è stata introdotta la *fee* per la gestione della pratica di rimborso, totale o parziale, di un volo Alitalia, specificando, in particolare, la motivazione alla base della richiesta; **8.** *iter* procedurale adottato dal professionista al fine del riconoscimento e della corresponsione ai consumatori italiani dei rimborsi in caso di mancata fruizione del servizio di trasporto aereo precedentemente acquistato, in particolare per ciò che concerne il rimborso delle tasse e dei diritti aeroportuali, specificando le motivazioni in base alle quali l'ammontare del corrispettivo viene richiesto in anticipo e non scalato dal rimborso dovuto; **9.** con riferimento a ciascuno degli anni 2012, 2013 e fino alla data odierna, distinguendo tra rimborso relativo alla tariffa (ove previsto dalla rispettiva regola) e rimborso relativo alle tasse e ai diritti aeroportuali: *i*) numero ed entità media dei rimborsi effettuati ai consumatori italiani sul totale dei biglietti non utilizzati da questi ultimi, specificando il numero complessivo delle richieste di rimborso; *ii*) specificazione del valore assoluto delle *fee* incassate per la gestione delle pratiche di rimborso; *iii*) indicazione dei ricavi derivanti dalle chiamate dei consumatori italiani verso la numerazione a sovrapprezzo della compagnia relativamente alle richieste di rimborso specificando, in particolare, il numero di contatti, la loro durata media e i ricavi medi di tali telefonate; **10.** ogni altro elemento ritenuto utile alla valutazione del caso in esame.

<sup>11</sup> *Cfr.* docc. nn. 3.3 e 3.4 di cui all'indice del fascicolo.

contestualmente di essere sentita in audizione ai sensi dell'articolo 12, comma 2 del Nuovo Regolamento<sup>12</sup>.

**16.** In data 31 luglio 2014, il professionista ha presentato proprie memorie difensive con le quali ha fornito risposta alle informazioni richieste in sede di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio<sup>13</sup>.

**17.** In data 19 settembre 2014 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento, deliberato in data 17 settembre 2014<sup>14</sup>.

**18.** In data 3 ottobre 2014, Alitalia è stata sentita in audizione<sup>15</sup>.

**19.** In data 17 ottobre 2014 il professionista ha presentato una nuova proposta di impegni integrativi della versione depositata il 21 luglio 2014 che, nella loro versione definitiva, sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante<sup>16</sup>.

**20.** In data 5 novembre 2014 è stata comunicata al professionista ed al CODACONS la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Nuovo Regolamento, fissata al 15 novembre 2014 e successivamente prorogata al 18 novembre 2014 in seguito ad istanza presentata dal CODACONS, contestualmente alla richiesta di accesso agli atti del procedimento svoltosi il successivo 14 novembre 2014<sup>17</sup>.

**21.** In data 18 novembre 2014 è stato richiesto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, successivamente pervenuto in data 19 dicembre 2014.

## **2) Gli elementi acquisiti**

**22.** In data 31 luglio 2014 il professionista ha risposto alle richieste di informazioni di cui alla comunicazione di avvio del procedimento istruttorio<sup>18</sup> evidenziando quanto segue.

### **Con riferimento alla pratica di cui alla lettera A)**

**21.** La polizza di assicurazione viaggio che i consumatori possono attualmente acquistare nel corso della procedura di prenotazione *on-line* dei voli è offerta da *ACE European Group Limited* (di seguito, ACE); Alitalia si limita a mettere a disposizione di ACE i propri canali di vendita di biglietti aerei rimanendo estranea ai rapporti contrattuali instaurati tra la compagnia di assicurazione e i consumatori acquirenti delle polizze.

**22.** Il professionista, per ognuno degli anni 2012, 2013 e 2014, ha: **a)** fornito i dati ricevuti da ACE relativamente al numero ed al valore dei contratti di assicurazione viaggio conclusi tramite *web* con i passeggeri residenti o domiciliati in Italia; **b)** comunicato i dati relativi, per i medesimi anni, all'incidenza percentuale delle polizze assicurative sul totale dei biglietti aerei venduti da Alitalia sempre tramite la versione italiana del proprio sito *web*<sup>19</sup>; **c)** prodotto le informazioni relative ai rimborsi di polizze assicurative sottoscritte dai consumatori acquirenti voli Alitalia<sup>20</sup>.

<sup>12</sup> Cfr. doc. n. 3.5 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>13</sup> Cfr. doc. n. 3.7 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 3.9 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>15</sup> Cfr. doc. n. 3.12 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>16</sup> Cfr. doc. n. 3.13 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>17</sup> Cfr. docc. nn. 3.15, 3.16, 3.18, 3.19, 3.20 e 3.21 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>18</sup> Cfr. doc. n. 3.7 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>19</sup> Quanto al *pricing* delle polizze assicurative offerte ai passeggeri di Alitalia, la Compagnia ha dichiarato di non essere in grado di indicare le ragioni che hanno condotto alla definizione dei singoli premi.

<sup>20</sup> In particolare, sono stati forniti: *i)* numero delle richieste di rimborso avanzate da consumatori italiani ad ACE sulla base delle garanzie modifica o annullamento biglietto e protezione bagaglio vendute tramite *web*; *ii)* numero di rimborsi

Infine, Alitalia ha reso noto il prezzo medio dei biglietti (solo andata e A/R) relativi ai voli operati da Alitalia con partenza da aeroporti italiani, venduti tramite *web* fino al 31 maggio 2014.

**23.** Con specifico riferimento alla garanzia modifica o annullamento biglietteria aerea, in particolare alle modalità attraverso le quali i consumatori possono reperire l'informazione sull'ammontare della penale, al fine di determinare l'entità del potenziale rimborso, Alitalia ha precisato che non è possibile includere un'informativa che indichi una volta e per sempre l'importo della "penale" — ossia, la somma coperta dalla polizza assicurativa offerta — cui viene poi parametrata la franchigia, dipendendo tale valore dalle regole tariffarie applicabili al biglietto.

**24.** Per ciò che concerne, infine, la garanzia a protezione del bagaglio oggetto delle polizze assicurative offerte sul sito *Internet* di Alitalia da ACE a partire dal 19 dicembre 2012 (e da *Europe Assistance Italia S.p.A.* (EA) fino al 18 dicembre 2012), Alitalia ha fatto presente che essa ha una copertura più ampia rispetto alla responsabilità del vettore per il trasporto di bagagli, come declinata dalla Convenzione di Montreal del 1999<sup>21</sup>.

**25.** Infine, il professionista, in sede di presentazione della versione definitiva degli impegni (*vedi infra*), ha reso noto che la modalità di vendita della polizza assicurativa subiranno una modifica strutturale dal momento che, a partire dal mese di dicembre del corrente anno, essa avverrà a valle del processo di acquisto dei biglietti aerei, consentendo al consumatore una scelta più ragionata e consapevole rispetto alla decisione di sottoscrivere o meno il prodotto assicurativo, decisione che potrà maturare al di fuori dei tempi (stretti) previsti per il pagamento del volo all'interno della procedura di prenotazione.

#### **Con riferimento alla pratica di cui alla lettera B)**

**26.** Alitalia ha reso noto che la *fee* amministrativa di €20 per la gestione delle pratiche di rimborso solo di alcune tipologie di biglietti<sup>22</sup> è entrata in vigore il 12 dicembre 2011 al fine di coprire i costi delle attività di gestione amministrativa delle citate pratiche.

**27.** Più in particolare, la *fee* si applica ai soli biglietti emessi direttamente dalla Compagnia (tramite *call center*, *web* e le biglietterie Alitalia presenti negli aeroporti — c.d. ATO o *Airport Ticket Office* — o nelle città — c.d. CTO o *City Ticket Office*) e non anche ai biglietti emessi dalle agenzie. Trattandosi di una *fee* per attività di gestione amministrativa, il suo importo è del tutto indipendente da quello oggetto della richiesta di rimborso, a prescindere dal valore del biglietto cui si riferiscono.

**28.** Il rimborso di biglietti acquistati attraverso il sito *Internet* della Compagnia o tramite il *Customer Center* e poi totalmente o parzialmente inutilizzati deve essere richiesto telefonicamente,

---

effettuati da ACE in relazione a tutte le garanzie prestate ai sensi di polizze vendute tramite *web*; *iii*) importo medio dei rimborsi effettuati da ACE in relazione a tutte le garanzie prestate; *iv*) numero di pratiche che non hanno portato ad alcun rimborso da parte di ACE.

<sup>21</sup> La Convenzione, infatti, stabilisce la responsabilità del vettore per distruzione, perdita e deterioramento dei bagagli trasportati nei soli casi in cui tali eventi si verificano "a bordo dell'aeromobile oppure nel corso di qualsiasi periodo durante il quale il vettore aveva in custodia i bagagli consegnati" (art. 17, comma 2), mentre le polizze assicurative di ACE ed EA coprono eventi che possono verificarsi nel corso dell'intero viaggio effettuato dai passeggeri e, quindi, non solo nel corso del trasporto aereo, ma anche durante il soggiorno intercorrente tra il viaggio di andata e quello di ritorno o, per i voli di sola andata, nel mese successivo alla data del volo. Ugualmente, la responsabilità per il danno da ritardo si riferisce al ritardo nella riconsegna dei bagagli assunti in custodia dal vettore per l'effettuazione del trasporto degli stessi (art. 19). Inoltre, la Convenzione prevede numerose cause di esclusione e/o limitazione della responsabilità del vettore per le ipotesi di distruzione, perdita o deterioramento del bagaglio, nonché per il ritardo nella sua riconsegna (art. 17, comma 2, 19 e 22).

<sup>22</sup> La *fee* non si applica ai biglietti in classe *Magnifica*, *Classica Plus*, *Economy/Libera* e per i voli in regime di continuità territoriale. In altri termini, essa viene applicata unicamente alle richieste di rimborso relative ai biglietti delle classi tariffarie meno flessibili.

contattando il medesimo *Customer Center* al numero 89.20.10<sup>23</sup>. Le richieste di rimborso dei biglietti emessi dalle agenzie di viaggio, invece, devono essere indirizzate alle medesime agenzie che li hanno emessi.

**29.** La procedura da seguire per richiedere il rimborso dei biglietti acquistati sul sito *web* di Alitalia è unica, sia che la richiesta sia volta ad ottenere il rimborso di tutta o parte della tariffa, sia che sia volta ad ottenere il rimborso delle tasse e dei diritti aeroportuali. Con riferimento a ciascuno degli anni 2012, 2013 e fino al 31 maggio 2014, relativamente al tema dei rimborsi dei biglietti inutilizzati, Alitalia ha fornito le informazioni relative: *i*) al numero di biglietti aerei inutilizzati da consumatori italiani"; *ii*) al numero ed entità media dei rimborsi erogati a questi ultimi ad esito del mancato utilizzo (totale o parziale) del biglietto aereo, a prescindere dalla ragione di tale mancato utilizzo<sup>24</sup>; *iii*) al valore complessivo delle *fee* incassate dalla Compagnia per la gestione amministrativa delle pratiche di rimborso dei biglietti inutilizzati, ove applicabili.

### **3) Gli impegni del professionista**

**30.** In data 21 luglio 2014, Alitalia ha formalmente proposto degli impegni, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, in relazione ad entrambe le pratiche contestate.

**31.** In via preliminare, Alitalia ha rappresentato che, a far data dal 1° ottobre 2014, il vettore Air One S.p.A. (di seguito, anche, Air One), controllato interamente da Alitalia, non emette più biglietti e reindirizza i visitatori del proprio sito *Internet* interessati all'acquisto di biglietti aerei *on-line* sul sito della stessa Alitalia. Di conseguenza, le misure che la Compagnia verrebbe ad attuare in esecuzione della proposta di impegni andrebbero anche a beneficio degli utenti che dovessero provare ad acquistare biglietti tramite il sito *Internet* di Air One.

**32.** Inoltre, in relazione alla pratica di cui alla lettera A), il professionista ha reso noto che, a partire dal 30 novembre 2014, la polizza di assicurazione viaggio offerta da ACE non è più venduta all'interno del processo di acquisto *on-line* dei biglietti, bensì immediatamente a valle della conclusione di quest'ultimo o in qualsiasi altro momento successivo<sup>25</sup>. Tale modifica strutturale del processo di vendita della polizza assicurativa consentirà ai consumatori di disporre di tutto il tempo che ritengano necessario per l'esame delle informazioni rese in merito alle caratteristiche della polizza e per una ponderata valutazione dell'offerta, senza alcun rischio di incorrere nel frattempo nella scadenza della prenotazione del biglietto aereo.

**33.** Gli impegni – che nella loro versione definitiva, depositata in data 17 ottobre 2014, sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante – prevedono quanto segue.

#### **Con riferimento alla pratica di cui alla lettera A)**

**34.** Alitalia si è impegnata a:

1. modificare la pagina del processo di acquisto *on-line* dei biglietti aerei in cui viene prospettata la possibilità di acquisto della polizza di assicurazione viaggio di ACE, chiarendo ancora meglio

<sup>23</sup> Tali informazioni, ivi comprese quelle relative ai costi delle chiamate al *call center* Alitalia, sono rese ai consumatori nell'ambito della procedura d'acquisto *on-line* dei biglietti attraverso il link "*Corrispettivo per pratica gestione rimborso*", nella sezione "*Condizioni e regole tariffarie*" che compare in calce alla pagina della procedura d'acquisto *on-line*.

<sup>24</sup> Alitalia ha comunicato anche il numero di rimborsi soggetti all'applicazione della *fee* di gestione amministrativa di € 20.

<sup>25</sup> Con successiva comunicazione pervenuta in data 16 dicembre 2012, il professionista ha comunicato che, a causa di problemi tecnici occorsi alla piattaforma informatica, la modifica al processo di vendita avrebbe avuto luogo con leggero ritardo. Rilevazioni effettuate d'ufficio sul sito *Internet* di Alitalia il giorno 18 dicembre 2014, acquisite agli atti con verbale in pari data, hanno confermato quanto comunicato dal professionista. *Cfr.* docc. nn. 3.24 e 3.25 di cui all'indice del fascicolo.

l'oggetto delle coperture assicurative offerte, nonché l'esistenza di limitazioni, franchigie e cause di esclusione;

2. modificare la procedura di vendita della polizza di assicurazione viaggio di ACE prevedendo che i consumatori possano acquistarla solo dopo aver apposto un segno di spunta su un'apposita nuova casella, che dia conto dell'avvenuta lettura e accettazione delle condizioni generali di assicurazione, contestualmente accessibili tramite un *link* attivabile cliccando sulla stessa dicitura "condizioni generali";

3. rendere più evidente l'indicazione dell'importo delle tasse durante la procedura d'acquisto del biglietto aereo, comunque in un passaggio della procedura stessa precedente l'acquisto del biglietto e dell'eventuale polizza facoltativa di assicurazione viaggio (vedi successiva immagine n.5);

4. rivisitare la sezione del sito *Internet* della Compagnia dedicata al servizio aggiuntivo di assicurazione viaggio (raggiungibile dalla *homepage* del sito) al fine di fornire, con maggiore immediatezza e chiarezza, le informazioni rilevanti in relazione all'estensione delle coperture assicurative offerte, rispecchiando le modifiche che saranno attuate in esecuzione degli Impegni 1) e 3) e inserendo, tra l'altro, una o più nuove domande/risposte tra le FAQ presenti nelle pagine del sito *Internet* di Alitalia specificamente dedicate alla presentazione della polizza di assicurazione viaggio di ACE (<https://alitalia.acetravelinsurance.com/FAQ>), al fine di descrivere ancora meglio oggetto, estensione e limiti della copertura assicurativa relativa alle ipotesi di annullamento o modifica del biglietto, incluso un esempio numerico finalizzato a rendere più chiaro il calcolo della franchigia.

**Immagine n. 5**

**Possibile layout della pagina *internet* per l'acquisto *on-line* della polizza di assicurazione viaggio offerta da ACE**

Obbligo di accettazione delle Condizioni di assicurazione per poter procedere all'acquisto, con *link* ipertestuale alle stesse. Se il passeggero aggiunge la polizza al carrello senza spuntare l'apposita casella di accettazione il riquadro e il testo ivi contenuto si evidenziano in rosa/rosa so.

Espresa esclusione di tasse e costi di agenzia dal rimborso

SCEGLI IL VOLO    DATI PASSEGGERO    ACQUISTA BIGLIETTO    PERSONALIZZA VOLO

LA TUA PRENOTAZIONE È CONFERMATTA  
RICEVERAI PRESTO UNA MAIL ALL'INDIRIZZO MARIO.ROSSI@LEBRO.IT

Visualizza i dettagli

Arricchisci il tuo volo, scegli i nostri servizi

ASSICURA IL TUO VIAGGIO CON ACE GROUP

- Rimborso per infortuni e annullamento dei biglietti (iscritti tasse e costi di agenzia).
- Partecipazione del viaggio e rimborso della spesa (agenzia per i trasferimenti).
- Spese mediche ed ospedaliere.
- Assistenza alla persona P24 compreso il trasferimento ad il rimpatrio sanitario.

EUR 15,00

Ho letto e accetto le **CONDIZIONI DI ASSICURAZIONE** (collegamento al file PDF) e confermo il mio pagamento e stipula della polizza. Confermo che tutti gli altri servizi sono contenuti nel prezzo indicato in totale.

AGGIUNGI

Per conoscere oggetto, condizioni, vantaggi e limitazioni delle coperture assicurative consulta anche la **SCHEDA DI SINTESI** della polizza.

IL TUO VIAGGIO

CODICE DI PRENOTAZIONE: **P8MNLA**

ANDATA: 19 NOV 2014  
 FROM: ROMA, FRAZIONE  
 TO: MILANO, Linate  
 ECONOMY

I SEBETI:

Totale pagato:  
**EUR 108,88**

Tassa:	C1/R	49,00
Tassa:	C1/R	51,88
Supplementi:	C1/R	08,00

STAMPA RICEVUTA

DOWNLOAD

TORNA SU

PRENOTA SUBITO LA TUA AUTO

VEDI TUTTE LE AUTO

Espresso richiamo a massimali, franchigie e limitazioni delle coperture assicurative, con rinvio e link ipertestuale alla scheda di sintesi della polizza

Richiamo del prezzo del biglietto acquistato, con specificazione dell'importo delle tasse pagate

**35.** Inoltre, Alitalia si è impegnata a chiedere ad ACE di:

5. modificare le condizioni generali di assicurazione al fine di chiarire meglio l'oggetto della copertura assicurativa per annullamento o modifica del viaggio, in particolare specificando in maniera più chiara la nozione di penale ed inserendo anche un esempio numerico per il calcolo della franchigia;
6. integrare e modificare la scheda di sintesi della polizza assicurativa offerta (vedi successiva immagine n.6), chiarendo ancora meglio l'oggetto della copertura assicurativa per annullamento o modifica del viaggio, inclusa l'esclusione delle tasse dalla copertura, nonché le modalità di calcolo della franchigia applicabile agli indennizzi spettanti all'assicurato, anche attraverso un esempio numerico;
7. inserire nella predetta scheda di sintesi i riferimenti alle limitazioni ed esclusioni applicabili a ciascuna copertura assicurativa oggetto della polizza stessa, anche attraverso *link* ipertestuali al testo integrale delle condizioni generali di assicurazione. L'implementazione dei predetti *link* ipertestuali sarà curata da Alitalia;
8. in relazione alla copertura assicurativa per annullamento o modifica del biglietto: (i) consentire la denuncia del sinistro anche dopo la data di partenza del volo, laddove ricorrano cause di forza maggiore che impediscano il rispetto di tale termine; (ii) estendere il termine contrattualmente previsto per l'invio della documentazione necessaria per l'ottenimento del rimborso;
9. in relazione alla copertura assicurativa relativa al bagaglio, chiarire meglio, sia nelle condizioni generali di assicurazione sia nella relativa scheda di sintesi, che tale copertura opera ad integrazione di quanto rimborsato da Alitalia, anche ai sensi della Convenzione di Montreal<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Alitalia ha allegato alla propria proposta di impegni una possibile nuova formulazione delle disposizioni delle condizioni generali di assicurazione pertinenti ai fini dell'attuazione degli Impegni 5), 8) e 9). Le soluzioni esemplificative contenute negli allegati alla proposta di impegni sono volte esclusivamente a illustrare all'Autorità, in termini chiari, le modalità concrete attraverso le quali Alitalia si propone di attuare gli Impegni. La Compagnia si riserva tuttavia il diritto di modificare le suddette soluzioni esemplificative, fermo restando che eventuali diverse modalità di attuazione degli Impegni saranno parimenti idonee a conseguire il risultato finale che gli Impegni intendono raggiungere.



**Immagine n.6**

Stralcio della scheda sintetica di polizza

AC E European Group, Limited  
Rappresentanza Generale per l'Italia

**insured:** **Alitalia**

Di seguito, massimali, franchigie, esclusioni, limitazioni, effetti e durata delle garanzie e delle prestazioni assicurative:

GRANZIA	MASSIMALI	FRANCHIGIA	ESCLUSIONI E LIMITAZIONI
Garanzia in caso di modifica o annullamento biglietto senza	€ 5.000,00 per Assicurato e € 10.000,00 per sinistro nel caso di due Assicurati (ovvero al viaggio con il partecipante)	15% del costo di Alitalia addebitato e non rimborsato, solo se la modifica/viaggio non è dovuta a Alitalia o al vettore o al destinatario	Art.2, 4, 7, 14 e 17-23 delle Condizioni di Assicurazione
Garanzia rimborso delle spese di riprotezione del viaggio	€ 500,00 per viaggio	€ 50, per sinistro e per Assicurato	Art.2, 3, 5, 7, 4 e 17-23 delle Condizioni di Assicurazione
Garanzia protezione del bagaglio	€ 1.000,00 per Assicurato e per viaggio; € 750,00 per ogni oggetto diviso in 3 categorie di quanto in quanto è composto dalla valigia (non si applica anche al servizio di Confezione di Subacqua)	Art.2 delle Condizioni di Assicurazione	Art.2, 3, 5, 7, 4 e 17-23 delle Condizioni di Assicurazione
Garanzia rimborso delle spese impreviste per ritardo consegna del bagaglio	€ 750,00 per sinistro e per viaggio	12h	Art.2, 3, 5, 7, 4 e 17-23 delle Condizioni di Assicurazione
Garanzia copertura delle spese mediche all'estero, con seguenti ad infortunio o a malattia improvvisa	€ 150.000,00 per Assicurato in Europa; € 200.000,00 per Assicurato nel mondo. Per l'Opzione Monaco Plus, € 7.000.000,00 per Assicurato al volo (importo a 50 giorni di viaggio completati, € 200.000,00 per Assicurato al volo).	€ 30,00 per sinistro e per Assicurato. Garanzia non valida in Italia.	Art.2, 3, 5, 7, 4 e 17-23 delle Condizioni di Assicurazione

*\* Per penale di intervento i costi da Alitalia addebitati e non rimborsati all'Assicurato in caso di modifica o annullamento del volo, incluso il prezzo del biglietto, nel limite in cui non sia rimborsabile.*

Scheda Scheda di Polizza (Mod.19/2014) Pag. 2 di 5

Esclusioni e Limitazioni

modalità di calcolo della franchigia - esempio numerico

Specificazione che la copertura bagaglio è ad integrazione di quanto rimborsato da Alitalia, anche ai sensi della Convenzione di Montreal

**Con riferimento alla pratica di cui alla lettera B)**

**36.** Alitalia, si è impegnata a:

10. rinunciare alla *fee* amministrativa di €20 per la gestione delle pratiche di rimborso prevista per talune tipologie di biglietti e/o delle Tasse relative agli stessi, in caso di mancato utilizzo di tali biglietti;

11. introdurre una numerazione telefonica non a sovrapprezzo dedicata alla ricezione delle richieste di rimborso relative alle sole Tasse;

12. modificare di conseguenza le informative relative alla procedura per l'ottenimento del rimborso dei biglietti inutilizzati presenti sul sito *internet* della Compagnia.

**37.** Gli impegni entreranno in vigore a partire dalla data di notifica ad Alitalia del provvedimento di accettazione degli stessi e verranno attuati entro due mesi dalla data medesima ed avranno durata indeterminata<sup>27</sup>. L'impegno di cui al precedente punto 10 è già stato attuato a far data dal 6 agosto 2014.

<sup>27</sup> Alitalia fa salva la possibilità di un loro riesame riservandosi il diritto di chiedere in qualsiasi momento all'Autorità la revisione degli impegni in caso di cambiamenti rilevanti del quadro normativo o regolamentare e/o delle caratteristiche del settore interessato, ovvero in caso di rilevanti modifiche al contesto di fatto o di diritto che rendano necessaria o anche solo opportuna una modifica al contenuto e/o alla durata, ovvero la cessazione, di uno o più degli impegni (cd. *Clausola di revisione*).

#### IV. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

**38.** L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal professionista, relativi alle pratiche descritte al precedente punto II, siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità contestati nella comunicazione di avvio del 6 giugno 2014 e ciò sia per quanto concerne la pratica contraddistinta dalla lettera **A**), che con specifico riferimento alla pratica di cui alla precedente lettera **B**).

**39.** In via preliminare, si evidenzia la notevole portata degli impegni assunti dal professionista che, una volta attuati, comporteranno indubbi e rilevanti effetti positivi a vantaggio dei consumatori acquirenti voli della compagnia aerea italiana per le motivazioni di seguito specificate.

##### Con riferimento alla pratica di cui alla lettera A)

**40.** Le modalità attraverso le quali verrà proposta la polizza di assicurazione viaggio facoltativa tramite il sito *web www.alitalia.it* appaiono risolutive e idonee a sanare i rilevati profili omissivi concernenti elementi essenziali per una scelta di acquisto compiuta e consapevole del prodotto assicurativo da parte dei consumatori.

**41.** Il riferimento è, in particolare, alle modifiche che verranno apportate alla pagina del processo di acquisto *on-line* dei biglietti aerei in cui viene prospettata per la prima volta la possibilità di acquisto della polizza di assicurazione viaggio (vedi precedente Immagine n. 5). Tali modifiche appaiono in grado di mettere il consumatore in condizione di acquisire, sin dal primo contatto, tutte le informazioni relative alle caratteristiche del prodotto assicurativo offerto, alle relative cause di limitazione ed esclusione, nonché all'eventuale previsione di franchigie.

**42.** In tale pagina, infatti, sarà evidenziato l'importo delle tasse che sono escluse dall'indennizzo<sup>28</sup>, nonché presente l'espresso richiamo a massimali, franchigie e limitazioni delle coperture, con rinvio e *link* ipertestuali alla scheda di sintesi della polizza. In quest'ultima verranno evidenziati gli articoli del contratto assicurativo che prevedono dette esclusioni e limitazioni, visionabili anche attraverso ulteriori *link* ipertestuali al testo integrale delle condizioni generali di assicurazione e inseriti degli esempi numerici per facilitare ai consumatori la comprensione della portata delle somme indennizzabili cui, eventualmente, avrà diritto ed i soggetti che le corrisponderanno<sup>29</sup> (vedi precedente Immagine n. 6). Inoltre, sarà presente una più chiara specificazione circa la copertura assicurativa relativa al bagaglio, che integra quella già a carico del vettore in base alla Convenzione di Montreal.

**43.** La maggior chiarezza della pagina di acquisto della polizza verrà, quindi, ulteriormente rafforzata grazie agli interventi sulla scheda di sintesi, posto che la stessa è immediatamente accessibile tramite *link* inserito in posizione di evidenza in tale medesima pagina.

**44.** Appare rilevante, altresì, la modifica strutturale del processo di acquisto della polizza tramite inserimento di una casella di accettazione delle condizioni generali di assicurazione da parte dell'assicurato, la cui previa spuntatura costituirà condizione imprescindibile per procedere nell'acquisto della polizza stessa. In tal modo, si introduce un ulteriore presidio a garanzia del consumatore circa l'opportunità di leggere attentamente il contenuto di dette condizioni generali prima di accettarle e sottoscrivere il prodotto assicurativo. La misura in questione impedisce, infatti, l'acquisto della polizza se il consumatore non "*spunta*" la relativa casella con la quale

---

<sup>28</sup> Con specifico riferimento alla copertura assicurativa relativa all'annullamento o alla modifica del biglietto aereo, l'impegno a dare maggiore evidenza all'indicazione dell'importo delle Tasse afferenti al biglietto aereo acquistato consentirà al consumatore di avere una conoscenza ancor più agevole ed immediata della copertura assicurativa, fermo restando che le Tasse sono rimborsate da Alitalia.

<sup>29</sup> Ad es., relativamente alla garanzia modifica o annullamento biglietteria aerea, verrà riportato che le tasse saranno rimborsate dal vettore.

dichiara espressamente di aver letto e accettato le condizioni generali di assicurazione, contestualmente accessibili tramite apposito *link*.

**45.** Parimenti, la rivisitazione dell'intera sezione del sito *Internet* della Compagnia dedicata al servizio aggiuntivo di assicurazione viaggio, raggiungibile dalla *homepage* del sito *www.alitalia.it*, fornirà, con ancora maggiore immediatezza e chiarezza, tutte le informazioni rilevanti in relazione all'estensione delle coperture assicurative offerte, consentendo ai consumatori di accedere alle informazioni, anche al di fuori della procedura d'acquisto del biglietto aereo, con maggiore fruibilità e chiarezza, visto che tali modifiche rispecchieranno quanto verrà posto in essere in attuazione degli impegni<sup>30</sup>.

**46.** Si consideri, altresì, che le modifiche prospettate al testo delle condizioni generali di assicurazione<sup>31</sup>, asseverate dalla conferma scritta del rappresentante legale di ACE circa la disponibilità della compagnia di assicurazione ad attuare le modifiche proposte e descritte al precedente punto 34)<sup>32</sup>, attingono alla struttura stessa del rapporto contrattuale instaurato da quest'ultima con gli assicurati ed agevolano ulteriormente la comprensione e la fruizione delle coperture assicurative da parte dei passeggeri<sup>33 34</sup>.

#### **Con riferimento alla pratica di cui alla lettera B)**

**47.** Avuto riguardo, poi, agli impegni di cui alla pratica concernente le difficoltà incontrate dai consumatori per ottenere, da parte del professionista, il rimborso di alcuni degli elementi di costo di un biglietto aereo non volato per causa del passeggero, sia con riferimento alla tariffa che alle tasse e diritti aeroportuali, viene in primo luogo in rilievo la misura - che peraltro Alitalia ha

<sup>30</sup> Peraltro, il professionista si è impegnato, altresì, ad inserire una o più nuove domande/risposte tra le FAQ presenti nelle pagine del sito *Internet* di Alitalia specificamente dedicate alla presentazione della polizza di assicurazione viaggio di ACE, al fine di descrivere ancora meglio oggetto, estensione e limiti della copertura assicurativa relativa alle ipotesi di annullamento o modifica del biglietto, incluso un esempio numerico finalizzato a rendere più chiaro il calcolo della franchigia [Cfr. impegno n.4].

<sup>31</sup> Allegato 3 alla proposta di impegni di Alitalia del 17 ottobre 2014, doc. n.3.13 di cui all'indice del fascicolo.

<sup>32</sup> L'allegato 5 alla proposta di impegni di Alitalia consiste nella seguente dichiarazione firmata dal legale rappresentante di ACE European Group Ltd.: < Il sottoscritto ....., in qualità di legale rappresentante di ACE European Group Ltd. ("ACE"), comunica ad Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A. ("Alitalia") la disponibilità di ACE a: **1. modificare le condizioni generali di assicurazione relative alla polizza di assicurazione viaggio offerta tramite il sito internet di Alitalia ("Polizza") al fine di chiarire meglio l'oggetto della copertura assicurativa per annullamento o modifica del viaggio, in particolare specificando in maniera più chiara la nozione di penale ed inserendo anche un esempio numerico per il calcolo della franchigia; 2. integrare e modificare la scheda di sintesi della Polizza, chiarendo ancora meglio l'oggetto della copertura assicurativa per annullamento o modifica del viaggio, inclusa l'esclusione delle tasse aeroportuali dalla copertura, nonché le modalità di calcolo della franchigia applicabile agli indennizzi spettanti all'assicurato, anche attraverso un esempio numerico; 3. inserire nella predetta scheda di sintesi i riferimenti alle limitazioni ed esclusioni applicabili a ciascuna copertura assicurativa oggetto della polizza stessa, anche attraverso link ipertestuali, al testo integrale delle condizioni generali di assicurazione. Si precisa che l'implementazione dei link ipertestuali sarà a cura di Alitalia; 4. in relazione alla copertura assicurativa per annullamento o modifica del biglietto: (i) consentire la denuncia del sinistro anche dopo la data di partenza del volo, laddove ricorrano cause di forza maggiore che impediscano il rispetto di tale termine; (ii) estendere il termine contrattualmente previsto per l'invio della documentazione necessaria per l'ottenimento del rimborso; 5. in relazione alla copertura assicurativa relativa al bagaglio, chiarire ancora meglio, sia nelle condizioni generali di assicurazione sia nella relativa scheda di sintesi, che tale copertura opera ad integrazione di quanto rimborsato da Alitalia, anche ai sensi della Convenzione di Montreal; 6. attuare le misure descritte ai precedenti punti nn. 1-5 secondo le modalità illustrate negli allegati alla presente dichiarazione. F.to .... - Legale Rappresentante ACE European Group Ltd. >.**

<sup>33</sup> In particolare, le modifiche all'articolato contrattuale consentiranno di superare le criticità contestate, sia in relazione al calcolo della franchigia posta a carico dell'assicurato in caso di esercizio della garanzia relativa all'annullamento o alla modifica del viaggio (chiarendo meglio la nozione di "penale" sulla quale è commisurata la franchigia e il metodo di calcolo seguito per la quantificazione della franchigia e del rimborso), sia in relazione al termine contrattuale per la denuncia del sinistro (che i consumatori potranno effettuare anche successivamente alla data di partenza del volo, laddove cause di forza maggiore impediscano di farla prima), sia, da ultimo, in relazione al fatto che la copertura assicurativa relativa al bagaglio integra quanto eventualmente corrisposto da Alitalia ai sensi della Convenzione di Montreal.

<sup>34</sup> In relazione a questa pratica, deve anche considerarsi che, a partire dal 18 dicembre 2014, la polizza di assicurazione viaggio offerta da ACE non è più venduta all'interno del processo di acquisto *on-line* dei biglietti.

dichiarato di avere già attuato – circa la completa eliminazione della *fee* di 20 € richiesta per la gestione amministrativa delle pratiche di rimborso di talune tipologie di biglietti, in particolare quelli relativi alle classi tariffarie meno flessibili.

**48.** L'impegno in questione costituisce, di fatto, una modifica strutturale della procedura di rimborso di tali biglietti che esclude in via definitiva anche qualsiasi possibile omissione informativa relativamente alla stessa.

**49.** Tale misura, unitamente alla contestuale eliminazione da parte del professionista dell'ulteriore profilo di scorrettezza contestato in sede di avvio del procedimento, ovvero dell'obbligo imposto ai consumatori di dover contattare il *call center* a pagamento per avanzare le proprie richieste di rimborso delle tasse relative ad un volo non fruito, appare idonea a rimuovere in radice la contestazione circa gli ostacoli gravanti sui consumatori che erano in grado di limitare e/o vanificare l'effettivo esercizio di un loro specifico diritto previsto dalle Condizioni Generali di Contratto del professionista.

**50.** In relazione a tale aspetto, Alitalia si è infatti impegnata ad introdurre una numerazione telefonica non a sovrapprezzo dedicata alla ricezione delle richieste di rimborso relative alle Tasse ed a modificare di conseguenza le informative concernenti la procedura per l'ottenimento di detto rimborso dei biglietti inutilizzati presenti sul sito internet della Compagnia<sup>35</sup>.

**51.** Tale modifica si traduce di fatto nella sostanziale eliminazione di qualsiasi forma di aggravio economico per le richieste di rimborso dei biglietti delle classi tariffarie più convenienti, caratterizzate per l'appunto dalla rimborsabilità delle sole tasse. In tal modo, i consumatori che acquistino biglietti aerei di classe economica potranno ottenere il rimborso delle tasse relative al biglietto non volato senza incorrere nel costo della chiamata alla numerazione a pagamento 892 010. L'onere economico relativo alla gestione di tali pratiche di rimborso graverà quindi interamente sulla Compagnia.

**52.** La misura in esame, pertanto, appare idonea a sanare ogni residuo profilo di illegittimità della pratica contestata considerato che essa impatta sulla tipologia di biglietti commercializzata da Alitalia per la quale non è previsto il rimborso della tariffa (cioè riguarda quel *target* di consumatori cosiddetti *price sensitive*)<sup>36</sup>, i quali non saranno pertanto più scoraggiati nell'avanzare le proprie richieste di rimborso visto che non dovranno sopportare alcun costo aggiuntivo per richiederlo<sup>37</sup>.

**53.** Infine, con riferimento ad entrambe le pratiche, appare di estremo rilievo la circostanza che gli impegni sono di fatto estesi anche al vettore Air One, controllato interamente da Alitalia, dal momento che, a far data dal 1° ottobre u.s., esso non emette più biglietti e reindirizza i visitatori del proprio sito *Internet* sul sito della stessa Alitalia. Di conseguenza, le misure che la compagnia attuerà in esecuzione della proposta di impegni andranno anche a beneficio degli utenti che dovessero provare ad acquistare biglietti tramite il sito *Internet* di Air One.

**54.** Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

---

<sup>35</sup> Ai sensi dell'Impegno n. 12, i consumatori interessati dalla possibilità di evitare il ricorso alla numerazione a sovrapprezzo per ottenere il rimborso del biglietto saranno quindi informati dell'esistenza della nuova numerazione a tariffazione ordinaria, attraverso l'opportuna modifica delle informative attualmente esistenti in merito alla procedura di rimborso dei biglietti.

<sup>36</sup> E quindi degni di maggiore attenzione da un punto di vista della tutela consumeristica per gli effetti benefici che indurrebbe a favore di una fascia di popolazione economicamente più debole.

<sup>37</sup> In proposito, l'onerosa procedura di rimborso prevista, appariva preordinata a scoraggiare il consumatore ad avanzare la richiesta o, comunque, a rendere inutile l'esercizio del diritto al rimborso.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A.;

RITENUTO, inoltre, che, in ragione dell'esigenza di assicurare l'osservanza degli impegni assunti, si rende necessario disporre, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, la pubblicazione a cura e spese del professionista, limitatamente alle misure per le quali una più ampia informazione ai consumatori è verosimilmente suscettibile di favorire l'effettiva, completa e corretta attuazione delle misure stesse;

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

### DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera *a*), del Nuovo Regolamento, gli impegni dalla stessa società proposti, come descritti nella dichiarazione allegata al presente provvedimento;

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

c) che la società Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A., 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 Nuovo Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

### DISPONE

*a)* che Alitalia — Compagnia Aerea Italiana S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, gli impegni assunti ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo degli impegni da pubblicare è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) il predetto testo dovrà essere pubblicato nell'home *page* del sito *Internet* [www.alitalia.it](http://www.alitalia.it), entro trenta giorni dall'avvenuta comunicazione del presente provvedimento;

*b)* che la pubblicazione dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia *della relativa pagina internet*.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e successive modificazioni, nonché dell'art. 1, comma 6, del Decreto Legislativo n. 21/2014, in base al quale il massimo editto della

sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 euro già stabilito dall'art. 23, comma 12 – *quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95 abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

**ALLEGATO 1****FORMULARIO PER LA PRESENTAZIONE DEGLI IMPEGNI**

ai sensi degli artt. 27, comma 7, d. lgs. 6.9.2005, n. 206 recante il *codice del consumo* e 9 del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie (il "**Regolamento**")

**Numero del Procedimento, Data Di Ricezione della Comunicazione di Avvio del Procedimento da Parte del Professionista**

**PS6871 — 6 giugno 2014**

**PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI****ALITALIA - COMPAGNIA AEREA ITALIANA S.P.A.**

con sede legale in FIUMICINO (RM), PIAZZA ALMERICO DA SCHIO, PALAZZINA RPU, CAP 00054

**PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO**

Con provvedimento in data 6.6.2014 (il "Provvedimento di Avvio"), l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ("Autorità") ha comunicato ad Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A. ("Alitalia" o la "Compagnia") l'avvio del procedimento PS6871 (il "Procedimento"), volto a verificare se Alitalia abbia posto in essere due distinte pratiche commerciali scorrette ("PCS") in violazione degli artt. 20-22, 24 e 25 del D. Lgs. 6.9.2005, n. 206, recante il "Codice del Consumo". Secondo quanto indicato nel Provvedimento di Avvio, la prima presunta PCS concernerebbe l'offerta attraverso il sito Internet di Alitalia di polizze di assicurazione viaggio facoltative di ACE European Group Ltd. ("ACE") e, per quanto riguarda il passato, di Europe Assistance Italia S.p.A. ("Pratica A"). Ad avviso dell'Autorità, tale offerta potrebbe essere caratterizzata da omissioni informative concernenti l'estensione delle coperture assicurative offerte in relazione al bagaglio e all'annullamento o modifica del biglietto aereo, a causa di un'asserita inadeguata informativa in merito alle esclusioni e limitazioni previste da contratto. Inoltre, con specifico riferimento alla garanzia per annullamento o modifica del biglietto, l'Autorità ha censurato la brevità del termine previsto dalla polizza per la comunicazione dell'annullamento del viaggio e per la denuncia del sinistro.

La seconda presunta PCS concernerebbe l'imposizione di oneri asseritamente eccessivi a carico dei consumatori per il rimborso del biglietto (ove previsto dalle rispettive regole tariffarie) o delle tasse e diritti aeroportuali in caso di rinuncia al volo ("Tasse"), nonché da presunte omissioni informative circa tali oneri ("Pratica B").

**DESCRIZIONE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI E LORO PERIODO DI VALIDITÀ**

In via preliminare, con specifico riferimento alla Pratica A, la Compagnia comunica altresì che, a partire dal 30.11.2014, la vendita della polizza di assicurazione viaggio e degli altri servizi ancillari (quali il bagaglio extra o la prenotazione di un'auto a noleggio o di un albergo) sarà spostata immediatamente a valle del perfezionamento dell'acquisto del biglietto aereo e, quindi, non farà più parte del processo di vendita dei biglietti.

\*\*\*

Tanto premesso, pur ribadendo la convinzione della liceità della propria condotta in relazione alle fattispecie contestate, Alitalia presenta la seguente proposta di impegni ai sensi degli artt. 27, comma 7, del codice del consumo e 9 del Regolamento ("Impegni").

### ***I. Pratica A***

I.A. Alitalia si impegna a:

1. modificare la pagina del processo di acquisto on-line dei biglietti aerei in cui viene prospettata la possibilità di acquisto della polizza di assicurazione viaggio di ACE, chiarendo ancora meglio l'oggetto delle coperture assicurative offerte, nonché l'esistenza di limitazioni, franchigie e cause di esclusione;

2. modificare la procedura di vendita della polizza di assicurazione viaggio di ACE prevedendo che i consumatori possano acquistarla solo dopo aver apposto un segno di spunta su un'apposita nuova casella, che dia conto dell'avvenuta lettura e accettazione delle condizioni generali di assicurazione, contestualmente accessibili tramite un link attivabile cliccando sulla stessa dicitura "condizioni generali";

3. rendere più evidente l'indicazione dell'importo delle Tasse durante la procedura d'acquisto dei biglietti aerei, comunque in un passaggio della procedura stessa precedente l'acquisto del biglietto e dell'eventuale polizza facoltativa di assicurazione viaggio.

A fini illustrativi, l'Allegato I riporta la possibile schermata del processo d'acquisto della polizza assicurativa con cui Alitalia intende attuare gli Impegni I.A.1-I.A.3 nell'ambito del nuovo processo di vendita off-path;

4. rivisitare la sezione del sito internet della Compagnia dedicata al servizio aggiuntivo di assicurazione viaggio (raggiungibile dalla homepage del sito) al fine di fornire, con ancora maggiore immediatezza e chiarezza, le informazioni rilevanti in relazione all'estensione delle coperture assicurative offerte, rispecchiando le modifiche che saranno attuate in esecuzione degli Impegni I.A.1-I.A.3 e inserendo, tra l'altro, una o più nuove domande/risposte tra le FAQ presenti nelle pagine del sito internet di Alitalia specificamente dedicate alla presentazione della polizza di assicurazione viaggio di ACE (<https://alitalia.acetravelinsurance.com/FAQ>), al fine di descrivere ancora meglio oggetto, estensione e limiti della copertura assicurativa relativa alle ipotesi di annullamento o modifica del biglietto, incluso un esempio numerico finalizzato a rendere più chiaro il calcolo della franchigia.

I.B. Alitalia si impegna a chiedere ad ACE e a fare tutto quanto nelle sue possibilità al fine di ottenere che quest'ultima:

1. modifichi le condizioni generali di assicurazione al fine di chiarire meglio l'oggetto della copertura assicurativa per annullamento o modifica del viaggio, in particolare specificando in maniera più chiara la nozione di penale ed inserendo anche un esempio numerico per il calcolo della franchigia;

2. integri e modifichi la scheda di sintesi della polizza assicurativa offerta, chiarendo ancora meglio l'oggetto della copertura assicurativa per annullamento o modifica del viaggio, inclusa l'esclusione delle Tasse dalla copertura, nonché le modalità di calcolo della franchigia applicabile agli indennizzi spettanti all'assicurato, anche attraverso un esempio numerico;

3. inserisca nella predetta scheda di sintesi i riferimenti alle limitazioni ed esclusioni applicabili a ciascuna copertura assicurativa oggetto della polizza stessa, anche attraverso link ipertestuali al testo integrale delle condizioni generali di assicurazione. Si precisa che l'implementazione dei predetti link ipertestuali sarà curata da Alitalia;



4. in relazione alla copertura assicurativa per annullamento o modifica del biglietto: (i) consenta la denuncia del sinistro anche dopo la data di partenza del volo, laddove ricorrano cause di forza maggiore che impediscano il rispetto di tale termine; (ii) estenda il termine contrattualmente previsto per l'invio della documentazione necessaria per l'ottenimento del rimborso;

5. in relazione alla copertura assicurativa relativa al bagaglio, chiarisca ancora meglio, sia nelle condizioni generali di assicurazione sia nella relativa scheda di sintesi, che tale copertura opera ad integrazione di quanto rimborsato da Alitalia, anche ai sensi della Convenzione di Montreal.

L'Allegato 2 riporta un estratto di una possibile nuova versione della scheda di sintesi della polizza assicurativa di ACE attraverso cui gli Impegni I.B.2, I.B.3 e I.B.5 potrebbero trovare attuazione. L'Allegato 3 riporta invece una possibile nuova formulazione delle disposizioni delle condizioni generali di assicurazione pertinenti ai fini dell'attuazione degli Impegni I.B.1, I.B.4 e I.B.5<sup>38</sup>.

## **II. Pratica B**

Alitalia si impegna a:

1. rinunciare alla contestata fee amministrativa di E 20 per la gestione delle pratiche di rimborso di talune tipologie di biglietti e/o delle Tasse relative agli stessi, in caso di mancato utilizzo di tali biglietti;
2. introdurre una numerazione telefonica non a sovrapprezzo dedicata alla ricezione delle richieste di rimborso relative alle sole Tasse;
3. modificare di conseguenza le informative relative alla procedura per l'ottenimento del rimborso dei biglietti inutilizzati presenti sul sito internet della Compagnia.

## **III. Clausola finale**

Le soluzioni esemplificative contenute negli allegati alla presente proposta di impegni sono volte esclusivamente a illustrare a codesta Spett.le Autorità, in termini chiari, le modalità concrete attraverso le quali Alitalia si propone di attuare gli Impegni. La Compagnia si riserva tuttavia il diritto di modificare le suddette soluzioni esemplificative, fermo restando che eventuali diverse modalità di attuazione degli Impegni saranno parimenti idonee a conseguire il risultato finale che gli Impegni intendono raggiungere.

## **Periodo di Validità degli Impegni**

Gli Impegni entreranno in vigore a partire dalla data di notifica ad Alitalia del provvedimento di accettazione degli stessi da parte di codesta Spett.le Autorità (la "Data di Validità") e avranno durata indeterminata, fatta salva la possibilità di un loro riesame ai sensi della clausola di revisione.

Alitalia attuerà gli Impegni entro due mesi dalla Data di Validità. L'Impegno II.1 è già stato attuato a far data dal 6.8.2014.

---

<sup>38</sup> L'esempio di possibile modifica del testo delle condizioni generali di assicurazione di ACE riflette la struttura delle condizioni contrattuali attualmente vigenti, consultabili attraverso il sito internet di Alitalia all'indirizzo [https://www.alitalia.com/it\\_en/Images/Condizioni%20di%20Assicurazione%20Mod.%20010327991S\\_AZ004%20-%20Alitalia%20Programma%20Viaggi\\_tcm16-1279.pdf](https://www.alitalia.com/it_en/Images/Condizioni%20di%20Assicurazione%20Mod.%20010327991S_AZ004%20-%20Alitalia%20Programma%20Viaggi_tcm16-1279.pdf).

**Clausola di Revisione**

Alitalia si riserva il diritto di chiedere in qualsiasi momento a codesta Spett.le Autorità la revisione degli Impegni in caso di cambiamenti rilevanti del quadro normativo o regolamentare e/o delle caratteristiche del settore interessato, ovvero in caso di rilevanti modifiche al contesto di fatto o di diritto che rendano necessaria o anche solo opportuna una modifica al contenuto e/o alla durata, ovvero la cessazione, di uno o più degli Impegni.

---

**PS9813 - SHOPPING MGM - MANCATA CONSEGNA PRODOTTO**

*Avviso di avvio di procedimento istruttorio*

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

Informativa di avvio dell'istruttoria, in ragione del numero elevato di istanze di intervento pervenute, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie (di seguito, Regolamento) adottato con delibera dell'Autorità del 5 giugno 2014, in relazione al procedimento PS9813.

**I. LA PARTE**

Il Sig. Luigi Cutina, titolare dell'impresa individuale MGM di Cutina Luigi, in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lett. b), del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, recante "Codice del Consumo". L'impresa opera nella vendita *on line* di prodotti di elettronica di consumo e di altri prodotti attraverso il sito internet [www.shoppingmgm.com](http://www.shoppingmgm.com).

**II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

Il Sig. Luigi Cutina, nell'esercizio della propria attività, avrebbe posto in essere pratiche commerciali scorrette consistenti:

- A) nel fornire informazioni inesatte in merito alla reale disponibilità della merce offerta in vendita ed ai tempi di consegna, anteriormente alla conclusione del contratto ed al pagamento del prezzo da parte del consumatore;
- B) nell'ostacolare l'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori che non hanno ricevuto la merce nei tempi previsti.

**III. AVVISO**

Mediante il presente avviso si informano i soggetti interessati che abbiano presentato istanza di intervento ai sensi dell'articolo 4 del *Regolamento* che, con comunicazione del 18 novembre 2014, Prot. n. 53936, è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti del Professionista, volto ad accertare l'eventuale violazione degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *b*), 22, commi 1 e 2, 23, lettera *e*), 24 e 25, lettera *d*), del Codice del Consumo.

Si informa, inoltre, che i soggetti interessati hanno facoltà di intervenire nel procedimento in corso, inoltrando apposito atto, debitamente sottoscritto, contenente gli elementi indicati nell'articolo 10 del Regolamento.

Per qualsiasi comunicazione indirizzata all'Autorità, relativa al procedimento in questione, si prega di citare la Direzione "A" della Direzione Generale Tutela del Consumatore ed il riferimento PS9813.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

---

## CLAUSOLE VESSATORIE

### CV89 - IMMOBILDREAM-CONTRATTI SETTORE IMMOBILIARE

*Provvedimento n. 25242*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte III, Titolo I del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014, pubblicato in G.U. del 30 giugno 2014, n. 149;

VISTI i provvedimenti del 1° agosto e 5 novembre 2014 con i quali, ai sensi dell'art. 21, comma 5 del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento su istanza di parte;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

#### I. LE PARTI

1. Immobiliare S.p.A. (di seguito, Immobiliare), in qualità di professionista, ai sensi dell'art.3 del Codice del Consumo.

2. I consumatori segnalanti, in qualità di intervenienti ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento.

#### II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE

3. Costituiscono oggetto di istruttoria le clausole contenute nei contratti predisposti da Immobiliare per l'attività di intermediazione immobiliare a favore di persone fisiche/consumatori volta, in via principale, alla vendita di immobili in costruzione o da costruire<sup>1</sup> e in via residuale, alla vendita di immobili esistenti. Nel corso dell'istruttoria sono stati valutati il modulo per il conferimento dell'incarico di mediazione a procurare l'acquirente e quattro moduli per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d'acquisto: di questi ultimi uno è il contratto standard che risulta negoziato almeno fino al mese di gennaio 2014 (di seguito, "*versione gennaio 2014*" del modulo per la proposta irrevocabile); gli altri tre sono quelli predisposti e impiegati da Immobiliare a partire dal 17 febbraio 2014 (di seguito, "*versione febbraio 2014*" dei moduli per la proposta irrevocabile).

---

<sup>1</sup> Dalla documentazione in atti (doc.3) risultano ampie campagne pubblicitarie di Immobiliare S.p.A. volte a promuovere la vendita di immobili facenti parte di decine di cantieri, dislocati sul territorio di Roma e nel Lazio.

4. In particolare, per quanto concerne la “*versione gennaio 2014*”<sup>2</sup> del modulo per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d’acquisto, l’istruttoria è stata condotta sulle clausole di seguito trascritte:

i) “**OGGETTO: IMPEGNATIVA DI ACQUISTO IRREVOCABILE**” - “*con la presente, si impegna irrevocabilmente all’acquisto dell’immobile qui sotto descritto e alle seguenti condizioni*” (... - **I**) *la presente impegnativa è irrevocabile soltanto per il sottoscritto: essa perderà ogni efficacia 15 giorni dopo la data indicata per il contratto preliminare e la Immobiliare S.p.A. restituirà le sole somme ricevute escluso ogni risarcimento danni od interessi fatto comunque salvo quanto disposto al precedente Art. F.”;*

ii) “**DESCRIZIONE DELL’IMMOBILE \_\_\_\_\_**” - “*(...) In costruzione*” - “*Consegna prevista per il \_\_\_\_\_*”;

iii) “**C**) *L’acquisto è effettuato a corpo e non a misura, nello stato di fatto e di diritto in cui attualmente si trova la porzione immobiliare e comprende la quota delle “Parti Comuni” ai sensi dell’art.1117 Cod. Civ. risultante dal regolamento di condominio vigente o da quello che verrà depositato a cura del Venditore*”;

iv) “**F) Penale** - *In caso di mia rinuncia all’acquisto o di mio rifiuto al vostro invito a stipulare il contratto preliminare sarà a carico del sottoscritto una penale pari all’importo da me versato ai punti 1 e/o 2 dell’art. B che verrà pertanto acquisito dall’Immobiliare S.p.A., nel caso in cui l’importo non sia stato ancora versato all’Immobiliare S.p.A. la stessa avrà diritto di agire per l’applicazione della presente clausola penale oltre naturalmente che per l’importo della maturata provvigione*”;

v) “**A) PREZZO D’ACQUISTO EURO.....** (...) - “**B**) *Il pagamento avverrà come segue: \_\_\_\_\_ Quanto a € \_\_\_\_\_ 1) versate a mani del sig. \_\_\_\_\_ alla firma della presente e che a parte rilascia regolare ricevuta - Quanto a € \_\_\_\_\_ 2) versate in contanti presso i vostri uffici entro il...; Quanto a € \_\_\_\_\_ 3) da versare in contanti o con assegno circolare alla firma del CONTRATTO PRELIMINARE..... - Quanto a € \_\_\_\_\_ 4).....; Quanto a € \_\_\_\_\_ 5) da versare come segue, alla firma del ROGITO NOTARILE - Quanto a € \_\_\_\_\_ 5a) in contanti o assegni circolari - Quanto a € \_\_\_\_\_ 5b) circa, salvo conguaglio, rilievo Mutuo Fondiario alle condizioni stabilite dall’Istituto Mutuante; Quanto a € \_\_\_\_\_ 5c) in contanti e/o con l’intervento di una Società Finanziaria procurata dal sottoscritto assumendo ogni responsabilità al riguardo*” - “*A norma degli artt.1341 – 1342 e 1469 bis del codice civile si approvano specificamente le clausole di cui agli artt. A (prezzo minimo d’acquisto); B (modalità di pagamento), E (data contratto preliminare), F (clausola penale), I (esclusione di ogni risarcimento danni o interessi), L (foro competente)*”;

vi) “*Per qualunque controversia in ordine all’interpretazione e/o esecuzione del presente contratto sarà competente il Foro di Roma*”.

5. Con riferimento ai tre moduli per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d’acquisto “*versione febbraio 2014*” costituiscono oggetto del presente procedimento le clausole di seguito trascritte:

i) “**OGGETTO: IMPEGNATIVA DI ACQUISTO IRREVOCABILE**” - “*con la presente, si impegna irrevocabilmente all’acquisto dell’immobile qui sotto descritto e alle seguenti condizioni: (...)*” - “**DESCRIZIONE DELL’IMMOBILE \_\_\_\_\_** (...) - “*In costruzione*” - “*Consegna prevista per il \_\_\_\_\_*” (clausola presente nei tre modelli contrattuali<sup>3</sup>);

<sup>2</sup> Cfr. “All. 6i” della nota di Immobiliare del 28 febbraio 2014, doc. 8 in atti.

<sup>3</sup> Cfr. “All. 1”, “All.2” e “All.3” della memoria di Immobiliare del 28 febbraio 2014 (doc. 8 in atti).

**ii) “F)”** *La presente impegnativa di acquisto è irrevocabile per un periodo di \_\_\_\_\_ giorni dalla sua sottoscrizione. Entro tale termine, il Venditore comunicherà la propria accettazione per il tramite di Immobildream S.p.A., indicando contestualmente la data per la stipula del contratto preliminare. (...)”* – **“G)”** *“Nell’ipotesi in cui l’Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto durante il periodo di irrevocabilità della stessa, (...) l’importo versato a titolo di acconto sul prezzo di acquisto indicato ai punti 1 e/o 2 del precedente articolo B, verrà incamerato a titolo di penale da Immobildream, in via definitiva ed imputato alla provvigione dovuta all’Immobildream S.p.A. da parte dell’acquirente il quale si impegna ed obbliga inoltre a risarcire Immobildream S.p.A. del danno subito relativo alla perdita della Provvigione maturata a carico del Venditore, che sin d’ora è determinata in misura minima pari al 2% del prezzo della compravendita”*<sup>4</sup>;

**iii) “F)”** *La presente impegnativa di acquisto è irrevocabile per un periodo di \_\_\_\_\_ giorni dalla sua sottoscrizione. Entro tale termine, il Venditore comunicherà la propria accettazione per il tramite di Immobildream S.p.A., indicando contestualmente la data per la stipula del contratto preliminare. (...)”* – **“G)”** *“Nell’ipotesi in cui l’Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto durante il periodo di irrevocabilità della stessa, (...) l’importo versato a titolo di acconto sul prezzo di acquisto indicato ai punti 1 e/o 2 del precedente articolo B, verrà incamerato dal Venditore a titolo di penale. In tale ipotesi, inoltre, l’Acquirente si impegna ed obbliga a versare, in favore della Immobildream S.p.A. la provvigione, pattuita nella misura del \_\_\_\_\_% del prezzo di vendita + IVA ( di seguito, Provvigione), oltre che risarcire la stessa del danno subito relativo alla perdita della Provvigione maturata a carico del Venditore, che sin d’ora è determinata in misura minima pari al 2% del prezzo della compravendita”*<sup>5</sup>;

**iv) “F)”** *La presente impegnativa irrevocabile di acquisto perderà efficacia decorsi 90 giorni dalla data indicata per la sottoscrizione dell’atto notarile di compravendita. La parte venditrice, in tale ipotesi, restituirà le sole somme ricevute escluso ogni risarcimento danni o interessi, fatto comunque salvo quanto disposto al successivo articolo G.”* – **“G)”** *“Nell’ipotesi in cui l’Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto durante il periodo di irrevocabilità della stessa, e/o successivamente alla convocazione per la prestipula, l’importo versato a titolo di acconto sul prezzo di acquisto indicato ai punti 1 e/o 2 del precedente articolo B verrà incamerato dal Venditore a titolo di penale. In tale ipotesi, inoltre, l’Acquirente si impegna ed obbliga a versare, in favore della Immobildream S.p.A. la provvigione, pattuita nella misura del \_\_\_\_\_% del prezzo di vendita + IVA (di seguito, “Provvigione”), oltre che a risarcire la stessa del danno subito relativo alla perdita della Provvigione maturata a carico del Venditore, che sin d’ora è determinata in misura minima pari al 2% del prezzo della compravendita”*<sup>6</sup>;

**v) “Per qualunque controversia in ordine all’interpretazione e/o esecuzione del presente contratto sarà competente il Foro di Roma”**( clausola presente nei tre modelli contrattuali<sup>7</sup>):

**6.** Rispetto ai moduli contrattuali aventi ad oggetto il conferimento dell’incarico di mediazione a vendere, l’istruttoria è stata condotta sulle seguenti clausole:

<sup>4</sup> Clausola prevista nel contratto “All.1” – “versione febbraio 2014” del modulo per la proposta irrevocabile allegato alla memoria di Immobildream in atti (cfr. doc. 8).

<sup>5</sup> Clausola prevista nel contratto “All.2” – “versione febbraio 2014” del modulo per la proposta irrevocabile allegato alla memoria di Immobildream in atti (cfr. doc. 8).

<sup>6</sup> Clausola prevista nel contratto “All.3” – “versione febbraio 2014” del modulo per la proposta irrevocabile allegato alla memoria di Immobildream in atti (cfr. doc. 8).

<sup>7</sup> Cfr. “All.1”, “All.2” e “All.3” - “versione febbraio 2014” del modulo per la proposta irrevocabile allegato alla memoria di Immobildream in atti (doc. 8).

i) “Il sottoscritto \_\_\_\_\_ (...) conferisce alla Immobiliaream S.p.A. irrevocabile incarico a procurare l’acquirente (...)” - “**E**) La durata del presente incarico è di \_\_\_\_\_, e si intenderà tacitamente rinnovato per ugual periodo e per una sola volta, salvo disdetta (...)” - “**L**) Il presente incarico viene conferito:  **A**) non in esclusiva In tal caso il Venditore potrà vendere l’immobile direttamente o tramite altre agenzie immobiliari senza nulla dovere a Immobiliaream S.p.A. a titolo di provvigione o penale, impegnandosi però a rimborsare la stessa delle spese sostenute nell’esecuzione del presente incarico, anche in caso di mancata vendita, che sin d’ora vengono forfettariamente quantificate in Euro \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) oltre IVA.  **B**) in esclusiva In tal caso il Venditore si impegna a non conferire incarico ad altre agenzie immobiliari, né a terzi, né a vendere l’immobile direttamente per tutta la durata dell’incarico. Conseguentemente Immobiliaream S.p.A. si impegna a rinunciare al rimborso di tutte le spese che sosterrà per l’esecuzione dell’incarico in caso di mancata conclusione dell’affare. La violazione dell’obbligo di esclusiva, sia nel caso di conferimento dell’incarico ad altre agenzie e/o terzi che per il caso di vendita direttamente effettuata dal Venditore, comporterà il pagamento da parte di quest’ultimo della penale prevista ai successivi punti **M** e **N**.” ;

ii) “**M**) sarà a carico del venditore una penale pari alla provvigione, nei seguenti casi: - per affidamento ad altre società concorrenti e/o intermediari nel periodo del presente incarico;

- per revoca del presente incarico prima della sua scadenza”;

- per rifiuto a consentire le visite dell’immobile oggetto del presente incarico alle persone contattate dall’Immobiliaream S.p.A.” - “**N**) Sarà a carico del Venditore una penale pari al doppio della Provvigione, nei seguenti casi :

- per vendita effettuata dal sottoscritto durante il presente incarico;

- per vendita effettuata anche dopo la scadenza del presente incarico, a persone presentate da Immobiliaream S.p.A. (o loro congiunti) e che risulteranno nell’elenco (...);

- per rifiuto del venditore ad una proposta di acquisto conforme alle condizioni previste nel presente incarico, salvo giustificato e comprovato motivo inerente alla solvibilità del proponente l’acquisto”;

iii) “**G**) Qualora l’immobile sia libero e vuoto da persone e cose (...) esonerando Immobiliaream S.p.A. da qualsiasi responsabilità connessa alla consegna di una copia delle chiavi (...)”;

iv) “**H**) il Venditore si impegna a sottoscrivere il contratto preliminare presso i Vostri Uffici a semplice Vostra richiesta anche dopo la data di scadenza del presente incarico o suoi rinnovi, ma non oltre 60 giorni dopo tale data.”;

v) “**O**) Per qualunque controversia in ordine all’interpretazione e/o esecuzione del presente incarico sarà competente il foro di Roma.”

### III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

#### a) L’iter del procedimento

##### a.1) Attività preistruttoria e avvio del procedimento

7. Sulla base della segnalazione di numerosi consumatori in atti<sup>8</sup>, delle informazioni acquisite d’ufficio<sup>9</sup> ai fini dell’applicazione dell’articolo 37 bis del Codice del Consumo, nonché delle informazioni e della documentazione contrattuale fornite da Immobiliaream in data 28 febbraio

<sup>8</sup> doc. 1.

<sup>9</sup> doc. 3

2014<sup>10</sup> - in risposta alla richiesta di informazioni preistruttoria inviata dall'Autorità il 29 gennaio 2014<sup>11</sup> - il 16 aprile 2014 è stato avviato il procedimento *CV/89 Immobiliare - contratti settore immobiliare* nei confronti di Immobiliare S.p.A..

**8.** Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato rappresentato a Immobiliare che le clausole inserite nei contratti per l'intermediazione immobiliare – trascritte al punto II del presente provvedimento - in sé o in collegamento tra loro e tenuto conto delle altre clausole contrattuali, avrebbero potuto essere vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo.

#### **a.2) Il procedimento**

**9.** Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, veniva richiesta a Immobiliare una serie di informazioni tra cui l'indicazione di elementi di prova atti a superare la presunzione di vessatorietà ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *b), d), e), f), l), o), t), u)* e *v)*, del Codice del Consumo.

**10.** Informata l'Autorità nella sua adunanza del 16 aprile 2014 ai sensi dell'art. 21, comma 6, del Regolamento, in pari data è stata disposta la consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo, pubblicando per 30 giorni sul sito istituzionale dell'Autorità ([www.agcm.it](http://www.agcm.it)) un comunicato e le clausole contrattuali oggetto di contestazione. Alla consultazione hanno partecipato, inviando ciascuna i propri contributi, le associazioni di consumatori Codacons<sup>12</sup>, Unione Nazionale Consumatori<sup>13</sup> e Altroconsumo<sup>14</sup>.

**11.** In data 15 maggio 2014 è pervenuta l'istanza di partecipazione al procedimento da parte del difensore dei quaranta consumatori segnalanti<sup>15</sup>, ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento. L'istanza è stata accolta con comunicazione del 18 giugno 2014, informandone le Parti<sup>16</sup>.

**12.** Le Parti hanno avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo.

**13.** In data 30 maggio 2014 Immobiliare ha inviato una memoria<sup>17</sup>.

**14.** Con provvedimento del 1° agosto 2014, ai sensi dell'articolo 21, comma 5, del Regolamento, l'Autorità ha disposto la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento dandone comunicazione alle Parti in data 5 agosto 2014.

**15.** L'11 settembre 2014, presso gli uffici dell'Autorità, si è svolta l'audizione di Immobiliare<sup>18</sup> ai sensi dell'articolo 12, comma 2, del Regolamento. A seguito dell'audizione, in data 24 settembre 2014, Immobiliare ha inviato una memoria sottoponendo all'esame dell'Autorità un nuovo testo delle clausole contrattuali da essa predisposte.

**16.** In data 21 ottobre 2014 è stato chiesto a Immobiliare di dare corso alla disponibilità da essa manifestata nella memoria del 30 maggio 2014 a “*fornire il dettaglio di ciascun contratto concluso e/o revocato*” mediante i moduli contrattuali “*versione gennaio 2014*”, oggetto di istruttoria.

**17.** In data 31 ottobre 2014 Immobiliare ha inviato istanza di proroga e con successivo provvedimento del 5 novembre 2014, ai sensi dell'articolo 21, comma 5, del Regolamento,

---

<sup>10</sup> doc. 10.

<sup>11</sup> docc. 1 e 11.

<sup>12</sup> doc. 15.

<sup>13</sup> doc. 18.

<sup>14</sup> doc. 19.

<sup>15</sup> doc. 20.

<sup>16</sup> docc. 23 e 24.

<sup>17</sup> doc. 22.

<sup>18</sup> docc. 31-33.



l'Autorità ha disposto la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento dandone comunicazione alle Parti in data 6 novembre 2014.

**18.** Il 21 novembre 2014 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

**19.** Il 21 e 24 novembre 2014 Immobildream ha inviato memorie con alcuni documenti allegati, volti ad illustrare ulteriori modifiche alle nuove clausole che il professionista intende adottare in luogo di quelle oggetto di istruttoria.

**20.** In data 1° dicembre 2014 è stato chiesto a Immobildream di indicare quando verranno adottate le nuove clausole contrattuali sottoposte all'esame dell'Autorità, in sostituzione di quelle oggetto di istruttoria. Il 3 dicembre 2014, in risposta a tale richiesta, Immobildream ha dichiarato che intende adottare le nuove clausole contrattuali entro sette giorni lavorativi dalla comunicazione dell'Autorità che accerti la non vessatorietà delle nuove clausole.

**21.** Il 1° dicembre 2014 è pervenuta la memoria conclusiva dei consumatori segnalanti.

**22.** Il 9 e 18 dicembre 2014 sono pervenute ulteriori memorie di Immobildream in cui vengono prospettate modifiche aggiuntive alle nuove clausole contrattuali che il professionista intende adottare in luogo di quelle oggetto di istruttoria.

**b) Gli esiti della consultazione sul sito internet dell'Autorità**

**23.** Nell'ambito della consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo, effettuata tramite il sito istituzionale dell'Autorità ([www.agcm.it](http://www.agcm.it)), il 30 aprile 2014 è pervenuto il contributo del Codacons volto ad illustrare i profili di vessatorietà dallo stesso riscontrati rispetto alle clausole oggetto di istruttoria. In particolare, con riguardo al modulo "*versione gennaio 2014*", il Codacons ha rilevato la vessatorietà: i) *ex art. 33, comma 2, lettera b)*, del Codice del Consumo della clausola disciplinante l'irrevocabilità della proposta per il solo consumatore; ii) *ex art. 33, comma 2, lettera f)*, del Codice del Consumo della clausola sulla penale; iii) *ex art. 33, comma 2, lettera u)*, della previsione esclusiva del foro del professionista in caso di controversie. Per quanto riguarda le clausole contenute nei moduli "*versione febbraio 2014*" il Codacons ha tra l'altro rilevato la vessatorietà: i) della clausola disciplinante la penale laddove essa prevede anche il risarcimento del danno in favore del professionista, derivante dal mancato conseguimento della provvigione, quantificato in un ammontare pari al 2% del prezzo della compravendita, in quanto determinerebbe uno squilibrio eccessivo dei diritti e degli obblighi tra le parti; ii) della previsione contrattuale secondo cui in caso di controversie è competente in esclusiva il foro del professionista. Con riferimento al modulo per l'incarico di mediazione, il Codacons ha affermato che "*l'automatico rinnovo del contratto, il vincolo di esclusiva, le penali previste in caso di violazioni alterano in maniera inaccettabile l'equilibrio tra le parti, ponendo il consumatore in una posizione di totale soggezione rispetto al professionista*". In tal modo, secondo l'Associazione di consumatori, vi sarebbe il "*rischio di rimanere vincolati al contratto, il cliente non ha libertà di affidare l'incarico a terzi*" anche in considerazione della previsione di penali "*pesantissime*" in caso di violazione delle clausole contrattuali.

**24.** Il 13 maggio 2014 l'Unione Nazionale Consumatori ha reso il proprio contributo nell'ambito della consultazione. In particolare, l'Associazione ha rilevato la vessatorietà delle clausole inserite nei moduli per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d'acquisto argomentando come segue: i) l'irrevocabilità è posta a carico del solo consumatore e, per questo, sarebbe nulla ai sensi dell'art. 33, comma 2, del Codice del Consumo; ii) la clausola di cui alla lettera C) del contratto sarebbe vessatoria in quanto generica e pertanto tale da non far comprendere al consumatore il reale contenuto dell'acquisto; iii) la clausola che prevede il pagamento di un corrispettivo anche per mancata conclusione dell'affare rappresenterebbe una penale non manifesta

e sarebbe vessatoria anche in considerazione del fatto che non è prevista alcuna penale a carico dell'agente; iv) le clausole disciplinanti il prezzo "minimo" di vendita e le modalità di pagamento sarebbero vessatorie in quanto non terrebbero conto "delle modifiche normative introdotte dal Codice del Consumo"; v) la clausola sul foro sarebbe vessatoria poiché indica come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella della residenza o domicilio elettivo del consumatore. Per quanto concerne il modulo per il conferimento dell'incarico di mediazione, Unione Nazionale Consumatori ha rilevato che: i) le clausole che prevedono l'irrevocabilità dell'incarico unitamente al patto di esclusiva sarebbero vessatorie per il consumatore in quanto prevedono obblighi a suo carico sanzionati con il pagamento di una penale anche ove l'affare non sia concluso senza che analoga penale sia prevista a carico dell'agente per mancata vendita dell'immobile nel periodo concordato; ii) la clausola disciplinante l'esonero di responsabilità dell'agente, al pari di quella che prevede l'obbligo di concludere il preliminare a "semplice" richiesta di Immobiliare, sarebbe vessatoria in quanto generica al punto da non "far comprendere al consumatore la responsabilità che scaturisce da fatti che non è in grado di valutare al momento del conferimento dell'incarico"; iii) la clausola sul foro sarebbe vessatoria poiché indica come foro competente in caso di controversie derivanti dal contratto quello del professionista.

**25.** In data 14 maggio 2014 Altroconsumo ha inviato il suo contributo alla consultazione. L'Associazione ha preliminarmente affermato di essere costantemente destinataria di segnalazioni da parte di consumatori volte a denunciare, tra l'altro, la presenza diffusa di clausole vessatorie nei contratti impiegati dagli agenti immobiliari. Con riguardo alle clausole del modulo di Immobiliare per la formulazione e la raccolta della proposta irrevocabile d'acquisto "versione gennaio 2014", Altroconsumo ha osservato che: i) l'irrevocabilità della proposta imporrebbe al consumatore un impegno definitivo, sanzionato dalla penale, mentre l'esecuzione della prestazione del professionista dipenderebbe esclusivamente dalla volontà di questi, senza che sia previsto il risarcimento del danno da parte del mediatore; ii) la clausola che prevede l'acquisto dell'immobile nello stato di fatto e di diritto avrebbe lo scopo di limitare la responsabilità del venditore nonché le azioni e i diritti del consumatore nei confronti del professionista o di un'altra parte in caso di inadempimento del professionista; iii) la penale sarebbe di importo eccessivo in quanto "oltre alla provvigione comprende anche l'importo degli anticipi" nonché vessatoria poiché priva di reciprocità, cioè del diritto del consumatore di esigere dal professionista analoga somma in caso di inadempimento; iv) la clausola sul foro sarebbe vessatoria poiché indica per le controversie un foro diverso dal domicilio o residenza del consumatore. Per quanto riguarda i tre moduli "versione febbraio 2014", Altroconsumo ha rilevato che: i) la clausola sull'irrevocabilità limita fortemente la libertà contrattuale del consumatore con un impegno definitivo, sanzionato con penale di importo eccessivo; iii) un termine di irrevocabilità di 90 giorni, riportato in uno dei moduli, sarebbe vessatorio perché di durata eccessiva; iv) la previsione del risarcimento del danno di importo equivalente alla provvigione dovuta dal venditore sarebbe vessatoria posto che, anche in caso di recesso, l'agente immobiliare percepirebbe un importo pari alla provvigione che avrebbe maturato ad affare concluso, in assenza di analoga sanzione a carico del professionista inadempiente; v) la mancata individuazione degli obblighi contrattuali di cui si fa carico il mediatore gli consentirebbe di variare, a proprio piacimento, le caratteristiche della prestazione e impedirebbe al consumatore di valutare la loro eventuale violazione limitando così le azioni esperibili nei confronti del professionista inadempiente; vi) la clausola sul foro sarebbe vessatoria poiché prevede in via esclusiva la competenza del foro del professionista. Per quanto concerne il modulo recante l'incarico di mediazione, Altroconsumo ha rappresentato che: i) le clausole disciplinanti la durata

dell'incarico unitamente al tacito rinnovo e al patto di esclusiva sarebbero vessatorie a norma dell'art 33, comma 1, del Codice del Consumo in quanto pongono oneri a carico del solo consumatore; ii) la clausola disciplinante il conferimento dell'incarico senza esclusiva non sarebbe bilanciata poiché l'agente immobiliare ha piena facoltà di svolgere o meno l'incarico e, al contempo, conserva ogni diritto al rimborso delle spese sostenute per la gestione dell'affare – fissate forfetariamente - anche in caso di mancata vendita, senza che sia previsto l'obbligo di fornire documentazione a giustificazione delle stesse; iii) il patto di esclusiva non sarebbe bilanciato essendo il consumatore vincolato definitivamente mentre il mediatore, anche se non si impegnasse per la conclusione della vendita, avrebbe comunque diritto alla provvigione se il cliente recede o viola il patto di esclusiva, senza che sia prevista la possibilità per il consumatore di recedere per l'inadempimento del mediatore; iv) le penali sarebbero vessatorie perché a carico del solo consumatore, di importo manifestamente eccessivo (intera provvigione, doppio della stessa) e perché non considerano i motivi legittimi che il cliente può avere per impedire una o più visite dell'agente immobiliare né la possibilità di respingere per giusta causa una proposta conforme procacciata dal mediatore; v) la clausola disciplinante l'esonero di responsabilità connessa alla custodia delle chiavi affidate dal cliente al professionista, ha l'effetto di escludere e limitare le azioni del consumatore nei confronti del professionista che abbia cagionato un danno per negligenza o dolo; vi) l'obbligo di sottoscrivere il contratto anche dopo la data di scadenza dell'incarico, avrebbe l'effetto di limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista e di prevedere un impegno definitivo del consumatore mentre l'esecuzione della prestazione del professionista è subordinata alla sua mera volontà e per questo sarebbe vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, e dell'art. 33, comma 2, lettere b) e t), del Codice del Consumo.

**c) Le argomentazioni svolte dai consumatori segnalanti, parti del procedimento**

**26.** Con memorie del 15 maggio e 1° dicembre 2014 i consumatori segnalanti, per il tramite del proprio avvocato, hanno rappresentato all'Autorità che in occasione della sottoscrizione dei moduli standard predisposti da Immobiliare.it, a differenza di quanto da essa sostenuto e non provato, *“non hanno mai ricevuto alcuna informativa sulle condizioni contrattuali praticate e sulle caratteristiche dell'immobile, né tantomeno hanno avuto la possibilità di farsi accompagnare da consulenti professionali, avvocati o architetti”*. Con riferimento alle clausole oggetto di istruttoria, inserite nei moduli *“versione gennaio 2014”* e *“versione febbraio 2014”*, i segnalanti hanno argomentato nel senso della vessatorietà sia considerate in sé, sia in quanto lette in combinazione tra loro e nell'insieme del contesto contrattuale, essendo squilibrate a favore del *“mediatore e proprietario/costruttore”* e con oneri ed obblighi a carico del solo consumatore.

**27.** Nello specifico, rispetto al patto di irrevocabilità, i segnalanti hanno rappresentato la vessatorietà delle clausole che lo prevedono in quanto - non indicando alcun termine entro cui dovrà essere trasmessa la proposta da parte del mediatore al venditore - avrebbero l'effetto di frustrare la legittima aspettativa dell'acquirente a che la sua proposta sia tempestivamente portata a conoscenza del venditore al fine di assicurarsi la conclusione dell'affare, prima dei terzi eventualmente interessati, consentendo a Immobiliare.it di lucrare una provvigione più alta, atteso che è calcolata sul prezzo di vendita. Per quanto riguarda le disposizioni descrittive degli immobili oggetto di compravendita, i consumatori segnalanti hanno rilevato la loro indeterminatezza, stante la formulazione generica ed incompleta, pregiudizievole per i consumatori aderenti che non sarebbero posti nelle condizioni di conoscere il reale contenuto dell'acquisto; ciò anche in considerazione del fatto che si tratta di immobili ancora in costruzione e del termine lungo di irrevocabilità. Del pari vengono considerate vessatorie le clausole secondo cui l'acquisto avviene nello stato di fatto e diritto in cui si trova l'immobile – in costruzione – e quelle che prevedono una

*“non meglio definita quota di Parti comuni identificata da un ignoto regolamento di condominio”* che vincola il consumatore al rispetto di clausole che *“non ha avuto modo di conoscere con il dovuto anticipo e avrebbero potuto influire sulla sua determinazione ad acquistare”*. In merito alle clausole disciplinanti la penale, i segnalanti hanno evidenziato la loro vessatorietà essendo di importo *“visibilmente eccessivo”* laddove pari alla provvigione – come ritenuto dalla stessa giurisprudenza –, applicabili al solo consumatore e non anche in caso di inadempimento del professionista, senza che sia prevista alcuna possibilità per il promissario acquirente di invocare giustificati motivi. Analoghe considerazioni in termini di vessatorietà sono state sviluppate con riferimento alla clausola sul foro, rispetto alla quale il Codice del Consumo prevede una presunzione di vessatorietà che non può dirsi superata dalla circostanza che *“solo 13 contratti su 146 siano stati conclusi con persone non residenti a Roma o provincia; dovendosi peraltro rilevare che, a quanto risulta, il numero dei residenti in altre città era superiore e, comunque, interpretare la vessatorietà di una pattuizione negoziale nella sua astrattezza e non con riferimento ai singoli casi concreti”*.

**d) Le argomentazioni svolte e gli elementi forniti da Immobiliare nel corso del procedimento**

**28.** Con memoria del 30 maggio 2014, Immobiliare ha preliminarmente affermato di svolgere attività di vendita di unità immobiliari di nuova costruzione o in costruzione impiegando tre diversi moduli (i.e. moduli *“versione febbraio 2014”*) per la formulazione e la raccolta della proposta irrevocabile d’acquisto evidenziando che nel *“modulo 3”* alla proposta irrevocabile faceva direttamente seguito il rogito notarile e che l’*“accettazione della proposta da parte del venditore è infatti comunicata tramite telegramma contestualmente all’indicazione del giorno previsto per il rogito notarile”*. Con riferimento al modulo contrattuale *“versione gennaio 2014”*, Immobiliare ha dichiarato di aver concluso n.146 contratti e che esso *“è stato utilizzato fino al 3 gennaio 2014”* e che a differenza di quanto rilevato nella comunicazione di avvio del procedimento - vale a dire che alcune delle obbligazioni assunte dai consumatori con la sottoscrizione del modulo in questione a gennaio 2014 potevano essere ancora in esecuzione - *“nessuna delle obbligazioni assunte dai promissari acquirenti attraverso la sottoscrizione di tale modulo è tuttora idonea a produrre effetti nella misura in cui la proposta formulata è stata, vuoi superata da una successiva manifestazione di volontà delle parti (la stipula del contratto preliminare e/o definitivo di compravendita) vuoi rifiutata dal venditore, vuoi revocata”* manifestandosi *“disponibile a fornire il dettaglio di ciascun contratto concluso e/o revocato e ad indicare le ragioni sottese al passato utilizzo del modello in questione”*.

**29.** Per quanto riguarda le singole clausole oggetto di contestazione inserite nei moduli per la proposta irrevocabile *“versione febbraio 2014”*, Immobiliare ha argomentato nel senso della non vessatorietà delle stesse. In particolare ha dichiarato che: i) la previsione di una penale di importo pari alla provvigione non sarebbe vessatoria sia in quanto liquiderebbe il danno in misura esattamente corrispondente all’obbligazione principale, sia per il suo carattere bilaterale; ii) verrebbe svolta un’intensa attività informativa da parte degli agenti Immobiliare nei confronti del promissario acquirente, con consegna di tutta la documentazione relativa all’immobile quale *“planimetrie in scala, capitolato delle opere, bozza del contratto preliminare”* circostanza questa che porterebbe ad escludere che possano esservi ragioni sopravvenute *“oggettivamente apprezzabili”* e comunque, ove vi fossero *“seri motivi, anche di natura soggettiva”* fatti valere dal promissario acquirente per recedere dalla proposta *“Immobiliare è solita restituire l’importo ricevuto a titolo di acconto senza sollevare contestazioni”*; iii) la previsione dell’irrevocabilità non sarebbe vessatoria in quanto la durata sarebbe fissata di comune accordo tra le parti mentre la previsione di una generale facoltà di recesso *“pregiudicherebbe ingiustificatamente il regolare*

*svolgimento dell'attività di intermediazione da parte della Società e creerebbe un grave nocumento al venditore*" per aver tolto l'immobile dalla vendita riservandolo al proponente; iv) un termine di irrevocabilità pari a 90 giorni non sarebbe vessatorio perché la data del rogito da cui decorre è fissata dal proponente e comunque risentirebbe dei tempi tecnici necessari all'ottenimento del frazionamento del mutuo originario intestato al costruttore onde consentirne l'accollo in capo all'acquirente. In merito alla documentazione prevista dal D. Lgs. 122/2005, Immobiliare ha precisato che la polizza fideiussoria per gli immobili in costruzione verrebbe consegnata all'atto della stipula del contratto preliminare e che la bozza del preliminare verrebbe consegnata al promissario acquirente e da questi sottoscritta per presa visione e accettazione. Con riferimento alla clausola sul foro, Immobiliare ha dichiarato che essa sarebbe conforme alla previsione dell'articolo 21 C.p.c. e che comunque, pur indicando il foro del professionista, questo coinciderebbe di fatto con quello del consumatore svolgendo essa un'attività geograficamente circoscritta: sui 146 contratti dianzi citati *"solo 13 sono stati conclusi da persona non residente a Roma o in provincia"*.

**30.** Con riferimento alle clausole oggetto di contestazione inserite nel modulo contrattuale per il conferimento dell'incarico di mediazione a vendere, Immobiliare ha preliminarmente dichiarato che questa attività rappresenterebbe una parte marginale del proprio *business*. Per quanto concerne le singole clausole oggetto di istruttoria, Immobiliare ha argomentato nel senso della non vessatorietà, indicando che: i) il modulo contrattuale prevedrebbe per il promittente acquirente la possibilità di scegliere se conferire l'incarico in esclusiva o non in esclusiva mentre la previsione del tacito rinnovo, essendo di uguale periodo e per una sola volta, non inciderebbe sulla certezza dei termini contrattuali; ii) la clausola sulla penale di ammontare pari alla provvigione o al doppio della stessa non può considerarsi manifestamente eccessiva essendo volta a liquidare il danno in misura esattamente corrispondente all'obbligazione principale ed alla parte di provvigione che sarebbe dovuta dal promissario acquirente, oltre a garantire il regolare svolgimento dell'attività di mediazione; iii) la mediazione atipica sarebbe compatibile con l'ordinamento giuridico come ritenuto dalla Corte di Cassazione, precisando che il diritto del mediatore al compenso sorge anche in caso di revoca anticipata e/o di violazione del patto di esclusiva; iv) la clausola disciplinante l'esonero di responsabilità conseguente alla consegna delle chiavi sarebbe unicamente volta a chiarire che dalla consegna non sorge alcun obbligo di custodia dell'immobile in capo a Immobiliare; v) la clausola disciplinante l'obbligo di sottoscrivere il contratto preliminare a "semplice richiesta" da parte del professionista, senza fare salva l'ipotesi in cui sussista un giustificato motivo, sarebbe volta esclusivamente a garantire la conclusione della compravendita nel caso di accettazione della proposta di acquisto; vi) la clausola sul foro sarebbe conforme alla previsione dell'articolo 21 C.p.c. e comunque, pur indicando quello del professionista, questo coinciderebbe di fatto con il foro del consumatore avendo il professionista come clienti consumatori in prevalenza residenti/domiciliati a Roma.

**31.** Successivamente all'audizione, in data 24 settembre, 21 e 24 novembre, 9 e 18 dicembre 2014, Immobiliare ha trasmesso ulteriore documentazione nella quale ha sottoposto all'Autorità il testo delle nuove disposizioni contrattuali che – sulla base di quanto dichiarato - intende adottare a valle della declaratoria della loro non vessatorietà da parte dell'Autorità.

**32.** Nello specifico, con riferimento ai moduli contrattuali 1 e 2 *"versione febbraio 2014"* aventi ad oggetto la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d'acquisto, Immobiliare ha comunicato una nuova versione delle clausole oggetto di istruttoria con riferimento a quelle disciplinanti l'irrevocabilità della proposta e la descrizione dell'immobile, prevedendo uno spazio

più ampio per la sua descrizione<sup>19</sup> unitamente all'indicazione espressa della documentazione che viene consegnata al promissario acquirente al momento della sottoscrizione del modulo contrattuale. Inoltre, la società ha indicato in una nuova clausola che al momento della conclusione del contratto preliminare avente ad oggetto un immobile in costruzione verrà consegnata all'acquirente la polizza fideiussoria prevista dal D. Lgs. 122/2005<sup>20</sup>. Nella nuova clausola disciplinante l'irrevocabilità<sup>21</sup> è stato previsto l'impegno dell'agente Immobiliare a trasmettere tempestivamente la proposta al venditore/costruttore. Riguardo alla clausola sulla penale e sul risarcimento del danno in caso di recesso del consumatore Immobiliare ha proposto una nuova formulazione<sup>22</sup> prevedendo non più la predeterminazione dell'ammontare della penale, bensì uno spazio in bianco in modo da consentire ai contraenti la determinazione del *quantum* dovuto dal consumatore a tale titolo in caso di revoca anticipata dell'incarico; inoltre ha eliminato la previsione del risarcimento del danno. Il professionista ha altresì previsto che la penale non trova applicazione ove ricorra un giustificato motivo oggettivo, estraneo alla sfera personale e familiare dell'acquirente ed inerente al difetto di una qualità essenziale dell'immobile. Per quanto concerne la clausola sul foro, Immobiliare ha espunto la previsione del foro del professionista<sup>23</sup> prevedendo al suo posto uno spazio in bianco, rimesso alla compilazione delle parti contraenti. Nel modulo 3 della "versione febbraio 2014" della proposta irrevocabile è presente una clausola diversa da quelle inserite negli altri due moduli. Tale clausola ha ad oggetto la previsione di un termine lungo di irrevocabilità, pari a 90 giorni successivi alla data del rogito: in proposito Immobiliare ha comunicato una nuova versione della clausola rimettendo la determinazione del termine di irrevocabilità al consumatore aderente<sup>24</sup>.

<sup>19</sup> La nuova clausola ha la seguente formulazione:

Descrizione dell'immobile	<input type="checkbox"/> In costruzione Consegna prevista per il _____ È fornita la seguente documentazione: - la planimetria dell'Immobile - l'elenco delle finiture dell'Immobile - capitolato delle opere dell'Immobile _____
---------------------------	--

<sup>20</sup> La clausola in questione recita: "**E**) Il contratto preliminare verrà stipulato presso i Vostri uffici di \_\_\_\_\_ entro il \_\_\_\_\_. Contestualmente alla sottoscrizione del contratto preliminare, per gli immobili in costruzione, il Venditore fornirà la fideiussione richiesta dall'art. 2 del D.lgs. 122/2005."

<sup>21</sup> La nuova clausola recita: "**F**) La presente impegnativa di acquisto sarà tempestivamente trasmessa al Venditore ed è irrevocabile per un periodo di \_\_\_\_\_ giorni dalla sua sottoscrizione. Entro tale termine, il Venditore comunicherà la propria accettazione, per il tramite di Immobiliare S.p.A., indicando contestualmente la data per la stipula del contratto preliminare. Decorso tale termine di irrevocabilità dell'impegnativa d'acquisto senza che il Venditore abbia comunicato l'accettazione ed indicato la data per la stipula del contratto preliminare, il Venditore restituirà le sole somme ricevute, escluso ogni ulteriore risarcimento danni o interessi."

<sup>22</sup> La nuova clausola recita: "**G**) Nell'ipotesi in cui l'Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto, fatto salvo il giustificato e comprovato motivo oggettivo estraneo alla sfera personale e familiare dell'Acquirente ed inerente al difetto di una qualità essenziale dell'immobile tale da renderlo inservibile, da un lato, il Venditore incamererà l'acconto sul prezzo a titolo di penale, dall'altro, l'Acquirente verserà, in favore della Immobiliare S.p.A., una penale pari a \_\_\_\_\_."

<sup>23</sup> La nuova clausola recita: "**M**) Per qualunque controversia in ordine all'interpretazione e/o esecuzione del presente contratto sarà competente il foro di \_\_\_\_\_."

<sup>24</sup> La nuova clausola, infatti, dispone: "**F**) La presente impegnativa di acquisto sarà tempestivamente trasmessa al Venditore e perderà efficacia decorsi \_\_\_\_\_ giorni dalla data indicata dall'Acquirente per la sottoscrizione dell'atto

**33.** Anche con riguardo al modulo per il conferimento dell'incarico di mediazione, Immobildream ha comunicato la nuova versione delle clausole contrattuali oggetto di istruttoria. In particolare, la società ha riformulato la disposizione relativa al tacito rinnovo<sup>25</sup> prevedendo in maniera espressa la possibilità, a scelta del consumatore, che l'incarico sia conferito con o senza rinnovo tacito. Con riguardo alla clausola sulla penale, Immobildream ha eliminato la previsione dell'ammontare pari all'intera provvigione lasciando uno spazio in bianco, rimesso alla compilazione delle parti<sup>26</sup>. Con riferimento alla clausola disciplinante la limitazione di responsabilità connessa alla custodia delle chiavi, l'impresa ha riformulato la clausola<sup>27</sup> prevedendo l'impegno di Immobildream a detenerle con la massima diligenza. Per quanto concerne la clausola disciplinante l'obbligo del consumatore di sottoscrivere il contratto preliminare a "semplice" richiesta di Immobildream, quest'ultima ha previsto<sup>28</sup> che la convocazione per la stipula del preliminare possa avvenire anche per le vie brevi. In merito alla clausola sul foro, Immobildream ha comunicato la nuova versione della clausola<sup>29</sup> da cui ha eliminato il riferimento a quello del professionista, lasciando uno spazio in bianco rimesso alla compilazione delle parti.

**34.** Con memoria del 9 dicembre 2014 Immobildream, nel comunicare le ulteriori modifiche apportate alle nuove clausole oggetto di istruttoria, ha chiesto all'Autorità – in fase di deliberazione finale - di "astenersi dal valutare il carattere asseritamente vessatorio delle clausole evidenziate nel provvedimento di avvio e contenute nei precedenti moduli" in quanto l'intervento compiuto da Immobildream sarebbe "del tutto assimilabile ad un procedimento "impegni" ex art.9 e 17 del Regolamento ed art.14 ter della L. 287/1990".

---

notarile di compravendita. La parte Venditrice, in tale ipotesi, restituirà le sole somme ricevute escluso ogni risarcimento danni o interessi, fatto comunque salvo quanto disposto al successivo articolo G).

<sup>25</sup> La nuova clausola recita: "**E**) Il presente incarico ha durata di \_\_\_\_\_ ed è conferito:

- con rinnovo tacito, nel qual caso l'incarico si intende tacitamente rinnovato per ugual periodo, salvo disdetta pervenuta alla Immobildream S.p.A. a mezzo raccomandata almeno 15 giorni prima della scadenza;
- senza rinnovo tacito."

<sup>26</sup> Le nuove disposizioni contrattuali recitano: "**O**) Sarà a carico del Venditore una penale pari a \_\_\_\_\_ nei seguenti casi:

- se il presente incarico è in esclusiva, per l'affidamento ad altre società e/o intermediari di un incarico avente ad oggetto lo stesso immobile;
- per revoca del presente incarico prima della sua scadenza;
- per reiterato rifiuto a consentire le visite dell'Immobile oggetto del presente incarico alle persone contattate dalla Immobildream S.p.A.

**P)** Sarà a carico del Venditore una penale pari a \_\_\_\_\_ nei seguenti casi:

- per vendita effettuata dal sottoscritto durante il presente incarico, se affidato in esclusiva;
- per vendita effettuata, anche dopo la scadenza del presente incarico, a persone presentate da Immobildream S.p.A. (o loro congiunti) e che risulteranno nell'elenco che Immobildream S.p.A. comunicherà al Venditore tramite lettera raccomandata entro 60 giorni dalla scadenza dell'incarico;
- per inesatte indicazioni fornite circa la situazione giuridica dell'Immobile o per eventi e fatti dovuti a colpa del sottoscritto che abbiano impedito il perfezionamento della vendita ovvero l'utile espletamento del presente incarico;
- per rifiuto del Venditore ad una proposta di acquisto conforme alle condizioni del presente incarico, salvo giustificato e comprovato motivo inerente alla solvibilità del proponente l'acquisto."

<sup>27</sup> La nuova clausola recita: "**G**) (... ) la consegna di una copia delle chiavi, che Immobildream S.p.A. si impegna a detenere con la massima diligenza, non determina l'insorgere di alcun obbligo di custodia dell'Immobile in capo ad Immobildream S.p.A."

<sup>28</sup> La nuova clausola recita: "**L**) Il Venditore si impegna a sottoscrivere il contratto preliminare presso i Vostri Uffici, previa convocazione anche per le vie brevi, anche dopo la data di scadenza del presente incarico o suoi rinnovi, ma non oltre 60 giorni da tale data."

<sup>29</sup> La nuova clausola recita: "**Q**) Per qualunque controversia in ordine all'interpretazione e/o esecuzione del presente contratto sarà competente il foro di \_\_\_\_\_."

#### IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**35.** Preliminarmente e in via generale si osserva che, come ribadito dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea in recenti pronunce<sup>30</sup>, il sistema di tutela del consumatore in materia di clausole abusive/vessatorie istituito dalla direttiva 93/13/CEE – il cui recepimento è attualmente contenuto negli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo - è fondato sul presupposto che “*il consumatore si trovi in una situazione di inferiorità rispetto al professionista per quanto riguarda, sia il potere nelle trattative che il livello di informazione, situazione questa che lo induce ad aderire alle condizioni predisposte senza poter incidere sul contenuto delle stesse*”. In considerazione di ciò, la Corte di Giustizia<sup>31</sup> ha recentemente ribadito che il principio di chiarezza, trasparenza e comprensibilità delle clausole contrattuali non concerne soltanto il piano formale e grammaticale ma deve essere inteso in senso estensivo in modo che il consumatore possa valutare, sulla base di criteri precisi ed intelligibili, anche le conseguenze economiche che gli derivano dall'adesione al contratto.

**36.** Le clausole indicate al precedente punto II presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo. In sede di avvio del procedimento è stato rappresentato a Immobiliare.it che, per le clausole riconducibili all'elenco di cui all'articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo, è prevista una presunzione legale di vessatorietà con contestuale richiamo dell'onere di fornire elementi tali da costituire prova contraria di detta presunzione.

**37.** Di seguito si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento, valutando anche le modifiche delle clausole che Immobiliare.it ha prospettato nel corso del procedimento e, in particolare, nelle memorie pervenute il 30 maggio 2014, successivamente integrate in data 24 settembre, 21 novembre, 9 e 18 dicembre 2014.

##### ***A. Modulo per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile “versione gennaio 2014”***

**38.** Preliminarmente si ritiene di dover procedere alla valutazione dei moduli per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d'acquisto “*versione gennaio 2014*”. Invero, a differenza di quanto ipotizzato dall'Autorità nella comunicazione di avvio del procedimento, dai contratti inviati da Immobiliare.it in data 21 novembre 2014 risulta che alcune delle obbligazioni che i consumatori hanno assunto sottoscrivendo proposte irrevocabili nel 2013 o a gennaio 2014 possono avere esecuzione anche dopo due anni dalla sottoscrizione, vale a dire nel 2016<sup>32</sup>. Riguardo ai 146 contratti indicati da Immobiliare.it come conclusi fino a gennaio 2014, lo stesso professionista – con propria comunicazione del 21 novembre 2014 - ha indicato che solo 47<sup>33</sup> di essi avrebbero esaurito i loro effetti (cioè convocazione alla stipula del contratto preliminare, rogito atto di compravendita, rifiuto proposta da parte del venditore, revoca proposta da parte dell'acquirente). Sussiste pertanto l'intesse a valutare i contratti “*versione gennaio 2014*”.

**39.** Per quanto concerne le singole clausole “*versione gennaio 2014*” oggetto di istruttoria si rileva quanto segue.

<sup>30</sup> In proposito cfr. Corte di Giustizia, sentenza 30 maggio 2013 in causa C-488/11 (cfr. pt.31); sentenza 14 giugno 2012 in causa C-618/10, sentenza 21 febbraio 2013 in causa C-472/11. Tale principio risulta da ultimo ripreso e confermato dalla sentenza 30 aprile 2014, in causa C-26/13 (cfr. pt. 39 e 72).

<sup>31</sup> Così Corte di Giustizia 30 aprile 2014, in causa C-26/13, citata.

<sup>32</sup> Dalla documentazione inviata da Immobiliare.it il 21 novembre 2014 risulta che il modulo è stato impiegato perlomeno fino al 28 gennaio 2014 e non già fino al 3 gennaio 2014 come dichiarato dal professionista nella memoria del 30 maggio 2014 (cfr. docc. 22, 41 e 42).

<sup>33</sup> docc. 41 e 42.



**40.** Le clausole inserite nella premessa del modulo unitamente all' "OGGETTO" del contratto e alla clausola di cui alla lettera "I" prevedono un patto di irrevocabilità di lunga durata (con scadenza fissata dopo la data per la stipulazione del contratto preliminare) e una penale rilevante in caso di sua violazione (cfr. oltre la clausola di cui alla lett. F) del contratto) risultano sbilanciate a sfavore del consumatore nella misura in cui non indicano le corrispondenti obbligazioni a carico di Immobildream, né il termine entro cui la proposta irrevocabile deve essere da questa portata a conoscenza del venditore/costruttore.

**41.** Inoltre, le disposizioni in esame hanno l'effetto di limitare la libertà contrattuale del consumatore e di impedire allo stesso di verificare la bontà dell'affare senza fare salva l'ipotesi di revoca per giustificato motivo. Tale squilibrio diviene particolarmente significativo in considerazione del fatto che Immobildream ha dichiarato di svolgere in misura prevalente attività di intermediazione nella vendita di immobili in costruzione o ancora da costruire. In questi casi il consumatore acquirente non ha la possibilità di visitare e valutare in concreto l'unità immobiliare prima della sottoscrizione della proposta irrevocabile di acquisto, dovendo necessariamente affidarsi a quanto rappresentato dall'agente incaricato alla vendita.

**42.** Alla luce delle considerazioni svolte le clausole in esame sono vessatorie ai sensi dell'art. 33, comma 2, lettere b) e t) del Codice del Consumo.

**43.** La previsione contrattuale dedicata alla "DESCRIZIONE DELL'IMMOBILE" oggetto di compravendita, nella sua genericità, risulta fortemente pregiudizievole per il consumatore aderente posto che è previsto un termine lungo di irrevocabilità della proposta d'acquisto e che le altre clausole del contratto prevedono obbligazioni gravose per il promittente acquirente sanzionate con penali in caso di revoca della proposta, senza che sia prevista l'ipotesi di revoca per giustificato motivo; tale squilibrio diviene particolarmente significativo in considerazione del fatto che Immobildream ha dichiarato di svolgere in misura prevalente attività di intermediazione nella vendita di immobili in costruzione o ancora da costruire.

**44.** La disposizione in esame, per la sua formulazione scarna e incompleta, ha come effetto quello di non consentire al consumatore di valutare e comprendere pienamente le caratteristiche dell'immobile in costruzione o da costruire oggetto della proposta d'acquisto, sia con riferimento agli elementi desumibili dal capitolato delle opere e dall'elenco delle finiture – che non figurano come allegati –, sia con riferimento ai profili urbanistici connessi alle autorizzazioni edilizie, sia con riguardo al rispetto del termine di consegna indicato nella proposta.

**45.** Pertanto, la conseguenza di un assetto contrattuale quale quello oggetto di istruttoria è quella di impedire al consumatore di valutare l'esatta portata delle rilevanti obbligazioni economiche di cui si fa carico rispetto a un immobile ancora in costruzione o da costruire.

**46.** Nell'apprezzare il significativo squilibrio a danno dei consumatori acquirenti rileva anche l'assenza nel modulo contrattuale di misure compensative a favore del consumatore stesso e a carico del venditore/costruttore tra cui, ad esempio, la previsione dell'obbligo di procurare la fideiussione a garanzia degli importi versati dall'acquirente e l'assicurazione indennitaria a copertura dei danni materiali e diretti all'immobile derivanti da vizi di costruzione ai sensi del D. Lgs. 20 giugno 2005, n.122, recante "*Disposizioni per la tutela dei diritti patrimoniali degli acquirenti di immobili da costruire*".

**47.** Pertanto, la disposizione in esame limita i diritti e le azioni del consumatore nei confronti del professionista inadempiente.

**48.** Alla luce delle considerazioni svolte la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera b), del Codice del Consumo, e per la sua formulazione non chiara e trasparente, contraria all'articolo 35, comma 1, del richiamato Codice.

**49.** La clausola di cui alla lettera “C” del modulo contrattuale disciplinante le pertinenze e le parti comuni dell’immobile oggetto di compravendita rinviando “*al regolamento di condominio vigente o da quello che verrà depositato a cura del Venditore*”, ha l’effetto di estendere l’adesione del consumatore a clausole che non ha avuto modo di conoscere prima della sottoscrizione della proposta irrevocabile d’acquisto. Inoltre, per la sua incompletezza non consente al consumatore di avere una chiara prospettazione delle parti comuni con ciò impedendogli anche di rappresentarsi i possibili costi connessi all’uso delle stesse ovvero alle manutenzioni condominiali.

**50.** Alla luce delle considerazioni svolte, la clausola sopra descritta risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 1 e comma 2, lett. l), del Codice del Consumo e per la sua formulazione non trasparente contraria all’articolo 35, comma 1, del richiamato Codice.

**51.** La clausola di cui alla lettera “F” del contratto, rubricata “Penale”, prevede in caso di “*rinuncia all’acquisto*” o di “*rifiuto al vostro invito a stipulare il contratto preliminare*” manifestati dal consumatore aderente, l’incameramento, a titolo di penale, da parte di Immobiliare dell’acconto versato dal consumatore e, ove l’acconto non sia stato ancora versato, il diritto di Immobiliare di agire oltre che per la penale anche per l’intera provvigione senza fare salva l’ipotesi in cui sussista un giustificato motivo alla rinuncia all’acquisto o al rifiuto di stipulare il preliminare. Ciò rileva tanto più in quanto gli immobili intermediati tramite i moduli in esame sono in prevalenza in costruzione o da costruire e, quindi, il consumatore promittente acquirente non ha la possibilità di visitare e valutare in concreto l’unità immobiliare. Inoltre, tale clausola risulta fortemente pregiudizievole per il consumatore aderente in quanto la penale risulta di importo manifestamente eccessivo.

**52.** In proposito risulta mutuabile l’orientamento della Corte di Cassazione<sup>34</sup>, espresso con riferimento all’incarico di intermediazione immobiliare, secondo cui penali per inadempimento del consumatore conferente l’incarico di mediazione immobiliare, che abbiano un importo pari o vicino a quello della provvigione pattuita per la conclusione dell’affare, sono da considerarsi vessatorie ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera f), del Codice del Consumo.

**53.** Alla luce delle considerazioni svolte la clausola disciplinante la penale risulta vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera f) del Codice del Consumo.

**54.** La clausola di cui alla lettera “A” del modulo contrattuale, rubricata “Prezzo d’acquisto”, unitamente a quella riportata in calce al modulo stesso, recante la previsione del “*prezzo minimo d’acquisto*”, ha l’effetto di consentire al professionista di variare il prezzo del bene oggetto di compravendita senza che il consumatore aderente possa recedere ove il nuovo prezzo (diverso dal “prezzo minimo d’acquisto”) sia eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente pattuito. Lo squilibrio sotteso alla valutazione congiunta delle disposizioni in esame è particolarmente significativo allorché oggetto di compravendita sia un immobile da costruire o in costruzione, non venga previsto il predetto diritto di recesso del consumatore e la clausola non si limiti a prevedere l’indicizzazione del prezzo ai sensi dell’articolo 33, comma 6, del Codice del Consumo.

**55.** Alla luce delle considerazioni svolte la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 2, lettera o), del Codice del Consumo e per la sua formulazione non trasparente contraria all’articolo 35, comma 1, del richiamato Codice.

**56.** La clausola disciplinante il foro prevede in caso di controversie afferenti all’incarico la competenza esclusiva del foro del professionista (foro di Roma). La previsione in esame, nella misura in cui individua un foro competente senza indicare quello di residenza o domicilio elettivo

---

<sup>34</sup> Corte di Cassazione n.22537/2010 cit.

del consumatore promissario acquirente, risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera u) del Codice del Consumo<sup>35</sup>.

**57.** Alla luce delle considerazioni svolte, la clausola in esame integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera u) del Codice del Consumo.

***B. I tre moduli per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile “versione febbraio 2014”***

**58.** La clausola contenuta nella premessa del modulo contrattuale, rubricata “OGGETTO”, unitamente alla clausola dedicata alla “DESCRIZIONE DELL’IMMOBILE” ed alle previsioni di cui alla lettera “G” dei 3 moduli contrattuali per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile “*versione febbraio 2014*”, prevede un patto di irrevocabilità per il consumatore, assistito da penali di importo elevato oltre al risarcimento del danno a favore di Immobiliare per la perdita (in caso di revoca anticipata) della provvigione maturata, senza fare salva l'ipotesi di revoca per giustificato motivo e senza indicare alcun obbligo corrispondente in capo a Immobiliare o al costruttore/venditore.

**59.** Le disposizioni in esame hanno l'effetto di limitare la libertà contrattuale del consumatore e di impedire allo stesso di verificare la bontà dell'affare senza fare salva l'ipotesi di revoca per giustificato motivo. Tale squilibrio diviene particolarmente significativo in considerazione del fatto che Immobiliare ha dichiarato di svolgere in misura prevalente attività di intermediazione nella vendita di immobili in costruzione o ancora da costruire. In questi casi, infatti, il consumatore acquirente non ha la possibilità di visitare e valutare in concreto l'unità immobiliare prima della sottoscrizione della proposta irrevocabile di acquisto, dovendo così affidarsi a quanto a lui rappresentato dall'agente incaricato alla vendita.

**60.** Secondo Immobiliare la previsione dell'irrevocabilità non sarebbe vessatoria in quanto la sua durata sarebbe fissata di comune accordo tra le parti e ammettere una generale facoltà di recesso “*pregiudicherebbe ingiustificatamente il regolare svolgimento dell'attività di intermediazione da parte della Società e creerebbe un grave nocumento al venditore*” per aver tolto l'immobile dalla vendita riservandolo al proponente.

**61.** La previsione contrattuale dedicata alla “DESCRIZIONE DELL’IMMOBILE” oggetto di compravendita, nella sua genericità, risulta fortemente pregiudizievole per il consumatore aderente, posto che è previsto un termine lungo di irrevocabilità della proposta d'acquisto e le altre clausole del contratto prevedono obbligazioni gravose per il promittente acquirente sanzionate con

---

<sup>35</sup> Sulla vessatorietà della clausola in esame si richiama l'orientamento consolidato della Suprema Corte secondo cui, nelle controversie tra consumatore e professionista, la disciplina in tema di clausole vessatorie prevede la competenza territoriale esclusiva del giudice del luogo in cui il consumatore ha la residenza o il domicilio elettivo, presumendo vessatoria la clausola che indichi una diversa località quale sede del foro competente, anche ove sia coincidente con uno di quelli individuabili sulla base del funzionamento dei vari criteri di collegamento stabiliti dal codice di rito per le controversie nascenti dal contratto. Cfr. *ex multis* Cassazione civile sez. II, del 10 giugno 2011, n. 12872; Cass. sentenza del 26 aprile 2010, n. 9922, Cass. Civ. sentenza del 13 agosto 2010, n. 18672; Cass. Civ. Ordinanza, 20 agosto 2010, n. 18785; Cass. ordinanza del 5 agosto 2005, n. 16574; Cass. ordinanza del 6 settembre 2007, n. 18743; Cass. civ. Ordinanza, 26 settembre 2008, n. 24262. Inoltre si richiama la giurisprudenza della Corte di Giustizia europea e, in particolare, la sentenza CGCE del 27 giugno 2000, in cause C-240/98 e C-244/98, secondo cui la disposizione contrattuale che attribuisce, per tutte le controversie derivanti dal contratto, la competenza al giudice del foro in cui si trova la sede del professionista, impone “*al consumatore l'obbligo di assoggettarsi alla competenza esclusiva di un tribunale che può essere lontano dal suo domicilio, il che può rendergli più difficoltosa la comparizione in giudizio. Nel caso di controversie di valore limitato, le spese di comparizione del consumatore potrebbero risultare dissuasive e indurlo a rinunciare a qualsiasi azione o difesa. Siffatta clausola rientra pertanto nella categoria di quelle che hanno lo scopo o l'effetto di sopprimere o limitare l'esercizio di azioni legali da parte del consumatore, categoria contemplata al punto 1, lett. q), dell'allegato della direttiva [93/13/CEE]*”. Ed ancora CGCE, in causa C-169/05, secondo cui “*Il sistema di tutela istituito dalla direttiva [93/13/CEE] è fondato sull'idea che il consumatore si trovi in una situazione di inferiorità rispetto al professionista per quanto riguarda sia il potere nelle trattative che il grado di informazione, situazione che lo induce ad aderire alle condizioni predisposte dal professionista senza poter incidere sul contenuto delle stesse*”.

penali in caso di revoca della proposta senza che sia prevista l'ipotesi di revoca per giustificato motivo; tale squilibrio diviene particolarmente significativo in considerazione del fatto che Immobiliare.it ha dichiarato di svolgere in misura prevalente attività di intermediazione immobiliare di immobili in costruzione o ancora da costruire.

**62.** Sotto ulteriore profilo, le disposizioni in esame, per la loro formulazione scarna e incompleta, non consentono al consumatore di valutare e comprendere pienamente le caratteristiche dell'immobile in costruzione, sia con riferimento agli elementi desumibili dal capitolato delle opere e dell'elenco delle finiture, sia con riferimento ai profili urbanistici connessi alle autorizzazioni edilizie, sia con riguardo al rispetto del termine di consegna indicato nella proposta.

**63.** Immobiliare.it ha affermato che i profili di vessatorietà contestati dall'Autorità sarebbero insussistenti in quanto verrebbe svolta un'intensa attività informativa da parte degli agenti/mediatori nei confronti del promissario acquirente, con consegna di tutta la documentazione relativa all'immobile quale *"planimetrie in scala, capitolato delle opere, bozza del contratto preliminare"* circostanza questa che porterebbe ad escludere che possano esservi ragioni sopravvenute *"oggettivamente apprezzabili"* e comunque, ove vi fossero *"seri motivi, anche di natura soggettiva fatti valere dal promissario acquirente per recedere dalla proposta Immobiliare.it è solita restituire l'importo ricevuto a titolo di acconto senza sollevare contestazioni"*.

**64.** Tali argomentazioni non risultano dirimenti in quanto la valutazione della vessatorietà delle clausole contrattuali è condotta dall'Autorità, *ex* articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo, su un piano astratto e non in concreto, valutando cioè la formulazione delle clausole inserite in condizioni generali di contratto, moduli, modelli e formulari, invero, la valutazione del singolo contratto e delle circostanze fattuali che hanno accompagnato la sua conclusione è rimessa al Giudice Ordinario. In ogni caso, su di un piano fattuale, i segnalanti, parti del procedimento, hanno dichiarato non essere corrispondente al vero la circostanza che gli agenti Immobiliare.it, prima della sottoscrizione della proposta irrevocabile d'acquisto, illustrerebbero ampiamente e compiutamente al consumatore acquirente le caratteristiche dell'immobile e consegnerebbero tutta la documentazione necessaria<sup>36</sup>.

**65.** Un assetto contrattuale quale quello oggetto di istruttoria è quindi idoneo ad impedire al consumatore di valutare l'esatta portata delle rilevanti obbligazioni economiche di cui si fa carico rispetto a un immobile ancora in costruzione o da costruire.

**66.** Sul punto si richiama l'orientamento della Corte di Giustizia dell'Unione Europea<sup>37</sup> secondo cui il criterio di chiarezza e trasparenza cui necessariamente deve essere informata la redazione delle clausole contrattuali deve essere inteso in maniera estensiva: esso non opera solo sul piano meramente formale e lessicale ma anche sul piano informativo nel senso che le clausole, in correlazione tra loro, devono consentire al consumatore di comprendere e valutare, sulla base di criteri precisi ed intelligibili, le conseguenze che gli derivano dall'adesione al contratto, anche sul piano economico.

---

<sup>36</sup> Cfr. memoria del 1° dicembre 2014 (doc. 44) in cui i 40 consumatori segnalanti hanno riferito che in occasione della conclusione dei rispettivi contratti con Immobiliare.it *"non hanno mai ricevuto alcuna informativa sulle condizioni contrattuali praticate e sulle caratteristiche dell'immobile, né tantomeno hanno avuto la possibilità di farsi accompagnare da consulenti professionali, avvocati o architetti"*.

<sup>37</sup> Così Corte di Giustizia 30 aprile 2014, in causa C-26/13 citata: *"L'obbligo di trasparenza delle clausole contrattuali posto dalla direttiva 93/13 non può quindi essere limitato unicamente al carattere comprensibile sui piani formale e grammaticale di queste ultime. (...) poiché il sistema di tutela istituito dalla direttiva 93/13 poggia sull'idea che il consumatore versi in una situazione di inferiorità nei confronti del professionista per quanto concerne, in particolare, il livello di informazione, siffatto obbligo di trasparenza deve essere inteso in maniera estensiva"*.

**67.** In termini di significativo squilibrio contrattuale rileva anche l'assenza nel modulo contrattuale esaminato di misure compensative a favore del consumatore stesso e a carico del venditore/costruttore tra cui la previsione dell'obbligo di procurare la fideiussione a garanzia degli importi versati dall'acquirente e l'assicurazione indennitaria, a copertura dei danni materiali e diretti all'immobile derivanti da vizi di costruzione, ai sensi del D. Lgs. 20 giugno 2005, n.122, recante *“Disposizioni per la tutela dei diritti patrimoniali degli acquirenti di immobili da costruire”*.

**68.** Pertanto, le disposizioni in esame sono idonee a limitare i diritti e le azioni del consumatore nei confronti del professionista inadempiente.

**69.** Alla luce delle considerazioni svolte le clausole in esame risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera *b*), del Codice del Consumo e per la loro formulazione non trasparente contrarie all'articolo 35, comma 1, del richiamato Codice.

**70.** Immobiliare ha comunicato una nuova formulazione delle clausole in esame prevedendo una più ampia descrizione dell'immobile, unitamente all'indicazione espressa della documentazione che viene consegnata al promissario acquirente al momento della sua sottoscrizione, quale la planimetria, il capitolato delle opere e l'elenco delle finiture dell'immobile. Inoltre, il professionista ha previsto, in una nuova clausola, che il cliente riceva la polizza fideiussoria di cui al D. Lgs. 122/2005, al momento della conclusione del contratto preliminare avente ad oggetto l'acquisto di un immobile in costruzione. Ciò posto, la nuova versione delle clausole in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera *b*), e 35, comma 1, del Codice del Consumo, impregiudicata la rilevanza - ai sensi degli articoli 18 e seguenti del richiamato Codice - dell'eventuale mancata consegna, nei singoli contratti, della documentazione relativa all'immobile, ivi comprese le garanzie previste dal D. Lgs. n. 122/05 a favore dell'acquirente.

**71.** Le clausole disciplinanti la penale di cui alle lettere “F” e “G” dei tre moduli contrattuali per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile, prevedono, in caso di recesso del consumatore aderente durante il periodo di irrevocabilità della proposta, il risarcimento del danno oltre a una penale in caso di revoca o rifiuto di concludere il contratto da parte del consumatore senza fare salva l'ipotesi in cui il recesso sia dovuto a giustificato motivo.

**72.** Le clausole in esame hanno l'effetto di limitare la libertà contrattuale del consumatore aderente nonché la sua facoltà di opporre eccezioni al mediatore che in occasione della negoziazione della proposta irrevocabile non abbia agito con diligenza professionale ovvero secondo buona fede, fornendo, ad esempio, tutte le informazioni e la documentazione necessaria all'acquisto di un bene immobile.

**73.** Secondo Immobiliare la previsione di una penale di importo pari alla provvigione non sarebbe vessatoria in quanto liquiderebbe il danno in misura esattamente corrispondente all'obbligazione principale, mentre il carattere bilaterale della penale varrebbe ad escludere il carattere vessatorio. Tali argomentazioni non risultano dirimenti posto che rendono evidente i soli interessi economici dell'impresa mentre la clausola in questione è inserita in contratti standard, predisposti unilateralmente dal professionista, aventi ad oggetto una rilevante obbligazione pecuniaria a carico del consumatore, senza che sia fatta salva la possibilità per quest'ultimo, di invocare un giustificato motivo determinando, così, sul piano contrattuale, una significativa limitazione della sua facoltà di opporre eccezioni.

**74.** Appare pertanto sbilanciata la clausola che non faccia comunque salva l'ipotesi di mancata conclusione dell'affare da parte del consumatore, basata su motivi obiettivamente giustificati, secondo il principio di buona fede.

**75.** Alla luce delle considerazioni svolte le clausole in esame risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo.

**76.** Sotto ulteriore profilo, le clausole in esame prevedono penali di importo manifestamente eccessivo potendo essere anche il doppio della provvigione pattuita oltre al risarcimento del danno, senza che sia peraltro previsto il diritto del consumatore di esigere dal professionista il doppio della somma corrisposta in caso di recesso di Immobiliare e/o del venditore/costruttore dopo l'accettazione della proposta formulata dal consumatore.

**77.** In proposito giova richiamare l'orientamento della Corte di Cassazione<sup>38</sup> secondo cui penali per inadempimento del consumatore, che abbiano un importo pari o vicino a quello della provvigione pattuita per la conclusione dell'affare, sono da considerarsi vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *f*), del Codice del Consumo.

**78.** Per quanto riguarda la clausola di cui alla lettera "G" del modulo di cui all'allegato n.3, sussiste un ulteriore specifico profilo di vessatorietà. Tale clausola indica un termine lungo di irrevocabilità pari a 90 giorni, decorrenti dalla data indicata per la sottoscrizione dell'atto notarile di compravendita. La clausola ha l'effetto di limitare la libertà contrattuale del consumatore aderente per un periodo di tempo troppo lungo senza che sia previsto il termine entro cui il venditore/costruttore è tenuto a comunicare al proponente acquirente l'accettazione o il rifiuto della proposta irrevocabile per il tramite di Immobiliare. In proposito si consideri il fatto che l'affare è concluso solo con la comunicazione da parte di Immobiliare al proponente consumatore dell'accettazione della proposta da parte del venditore/costruttore, con tutte le conseguenze che il Codice civile attribuisce a questa tipologia di negozio giuridico.

**79.** In proposito Immobiliare ha affermato che la clausola non sarebbe vessatoria in quanto questa tipologia di modello per la proposta irrevocabile non prevederebbe la stipula del contratto preliminare ma unicamente il rogito notarile, la cui data sarebbe indicata dal consumatore stesso e risulterebbe dei tempi tecnici necessari all'ottenimento del frazionamento del mutuo originario intestato al costruttore onde consentirne l'accoglienza in capo all'acquirente. Tali argomentazioni non risultano condivisibili posto che rendono evidente lo squilibrio contrattuale sotteso alla clausola. Infatti il consumatore è vincolato per un lungo periodo di tempo, oltre la data del rogito, e patisce l'applicazione della penale in caso di recesso senza fare salva l'ipotesi in cui ricorra un giustificato motivo; il venditore/costruttore, invece, non avendo comunicato la propria accettazione di fatto non assume alcun obbligo verso il promissario acquirente, neppure in relazione ai ben possibili ritardi nella consegna.

**80.** Alla luce delle considerazioni svolte, le clausole in esame risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *f*), del Codice del Consumo.

**81.** Immobiliare ha comunicato una nuova formulazione delle clausole in esame in cui ha previsto non più la predeterminazione dell'ammontare della penale, bensì uno spazio in bianco in modo da consentire ai contraenti la determinazione del *quantum* dovuto dal consumatore per revoca dell'incarico; inoltre è stata eliminata la previsione del risarcimento del danno. La Parte ha altresì previsto che la penale non trova applicazione ove ricorra un giustificato motivo oggettivo estraneo alla sfera personale e familiare dell'Acquirente ed inerente al difetto di una qualità essenziale dell'immobile. Inoltre, con riferimento al termine di irrevocabilità Immobiliare ha previsto uno spazio in bianco rimesso alla compilazione delle parti contraenti. Ciò posto, la nuova formulazione delle disposizioni contrattuali non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo, ferma restando la

---

<sup>38</sup> Corte di Cassazione n.22537/2010.

rilevanza sotto il profilo delle pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 18 e seguenti del medesimo Codice del Consumo dell'eventuale indicazione da parte del professionista – nei contratti conclusi con i consumatori – di penali di importo equivalente alla provvigione o al doppio della stessa.

**82.** La clausola sul foro prevede in caso di controversie afferenti all'incarico la competenza esclusiva del foro del professionista (foro di Roma). La previsione in esame, nella misura in cui individua un foro competente senza indicare quello di residenza o domicilio elettivo del consumatore, risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera u), del Codice del Consumo<sup>39</sup>.

**83.** In proposito Immobildream ha argomentato nel senso della non vessatorietà della clausola in quanto l'impresa opererebbe in un ambito geografico limitato alla città di Roma. Tale argomentazione risulta smentita sul piano fattuale poiché dall'esame dei contratti inviati dal professionista all'Autorità<sup>40</sup> risultano proposte irrevocabili d'acquisto concluse da consumatori non residenti a Roma. Sul piano giuridico si osserva che l'Autorità, ai sensi dell'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo, valuta le clausole contrattuali per la loro formulazione astratta e non per come in concreto le stesse vengono attuate nei singoli rapporti contrattuali.

**84.** Alla luce delle considerazioni svolte, la clausola in esame integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera u), del Codice del Consumo.

**85.** Immobildream ha comunicato una nuova formulazione della clausola in esame lasciando uno spazio in bianco rimesso alla compilazione delle parti. Ciò posto, la nuova formulazione della disposizione contrattuale non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere u), del Codice del Consumo, ferma restando la rilevanza sotto il profilo delle pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 18 e seguenti del medesimo Codice del Consumo dell'eventuale indicazione da parte del professionista – nei contratti conclusi con i consumatori – di fori diversi da quelli del consumatore.

### ***C. Modulo per il conferimento dell'incarico di mediazione***

**86.** La clausola inserita nella parte introduttiva del modulo contrattuale, disciplinante l'oggetto del contratto, unitamente alle clausole di cui alle lettere "E" ed "L" dello stesso modulo, prevedono l'esclusività dell'incarico per tutta la sua durata unitamente al suo tacito rinnovo, salvo disdetta, per un uguale periodo. Tali previsioni hanno l'effetto di limitare per un periodo di tempo non circoscritto, la libertà contrattuale del soggetto che conferisce l'incarico non essendo allo stesso consentito – in sede di sottoscrizione - di scegliere tra la cessazione dell'incarico alla scadenza e il suo tacito rinnovo, né di recedere senza penali dopo il tacito rinnovo.

**87.** Immobildream ha rappresentato che le clausole non sarebbero vessatorie potendo il consumatore scegliere se conferire l'incarico in esclusiva o non in esclusiva, mentre la previsione del tacito rinnovo, essendo di uguale periodo e per una sola volta, non inciderebbe sulla certezza dei termini contrattuali. Tali argomentazioni non risultano dirimenti posto che, se da un lato, è chiaro l'interesse del mediatore al rinnovo tacito dell'incarico in esclusiva, dall'altro, a ciò non corrisponde un meccanismo idoneo a consentire la piena espressione della libertà negoziale del consumatore, in sede di sottoscrizione del contratto ovvero dopo il suo tacito rinnovo.

**88.** In proposito rileva l'orientamento della giurisprudenza della Corte di Cassazione<sup>41</sup> secondo cui, in ossequio al principio dell'autonomia contrattuale delle parti, è ammissibile l'inserimento

<sup>39</sup> Sulla vessatorietà della clausola in esame cfr. *supra* nota 31.

<sup>40</sup> Cfr. allegati alla memoria del 30 maggio e 21 novembre 2014 (docc.22 e 41).

<sup>41</sup> In tal senso, *ex multis*, si vedano Corte di Cassazione n.7273/2000; n. 1630/1998; n. 6384/1993.

del patto di esclusiva nei contratti di mediazione immobiliare atipica – nel cui ambito è riconducibile il contratto standard di Immobiliaream - purché tale previsione sia contenuta entro “*determinati limiti di tempo*”<sup>42</sup> avendo essa l’effetto di limitare la libertà contrattuale di chi conferisce l’incarico.

**89.** Alla luce delle considerazioni svolte le clausole in esame risultano vessatorie ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera t), del Codice del Consumo.

**90.** Immobiliaream ha comunicato una nuova formulazione delle clausole in esame prevedendo la possibilità per il consumatore di scegliere – in sede di conferimento dell’incarico - tra il rinnovo tacito alla scadenza e la cessazione dell’incarico alla scadenza. Ciò posto la nuova formulazione delle clausole contrattuali non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera t), del Codice del Consumo.

**91.** Le clausole di cui alla lettera “M” del modulo contrattuale prevedono penali a carico del consumatore in caso di revoca dell’incarico prima della sua scadenza ed indisponibilità a far visitare l’immobile pari all’intera provvigione; le clausole di cui alla lettera “N” prevedono una penale a carico del consumatore pari al doppio della provvigione, oltre al risarcimento del danno, tra l’altro, per violazione del patto di esclusiva e per rifiuto ad accettare proposte conformi.

**92.** Le disposizioni in esame hanno l’effetto di limitare ingiustificatamente la libertà contrattuale del consumatore aderente nonché la sua facoltà di opporre eccezioni posto che non viene fatta salva l’ipotesi in cui la revoca o il rifiuto siano dovuti a giustificato motivo, con ciò impedendo al consumatore di verificare la bontà dell’affare procacciato dal mediatore.

**93.** Immobiliaream ha dichiarato che la previsione della penale avrebbe la funzione di predeterminare il danno subito dall’impresa per gli investimenti sostenuti in relazione all’attività svolta. Tale argomentazione non risulta dirimente posto che rende evidente i soli interessi economici dell’impresa mentre la clausola in questione è inserita in contratti standard, predisposti unilateralmente dal professionista, aventi ad oggetto rilevanti obbligazioni pecuniarie a carico del consumatore, senza che sia fatta salva la possibilità per quest’ultimo di invocare un giustificato motivo determinando, così, sul piano contrattuale, una significativa limitazione della sua facoltà di opporre eccezioni.

**94.** In proposito rileva l’orientamento della giurisprudenza maggioritaria secondo cui il conferimento dell’incarico di mediazione immobiliare non determina in capo al committente/mandante la nascita di un obbligo a contrarre<sup>43</sup>.

**95.** Appare pertanto sbilanciata la clausola che non faccia comunque salva l’ipotesi di mancata conclusione dell’affare da parte del consumatore incaricante, basata su motivi obiettivamente giustificati, secondo il principio di buona fede.

**96.** Alla luce delle considerazioni svolte, le clausole di cui alle lettere “M” ed “N” del modulo contrattuale in esame risultano vessatorie ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera t) del Codice del Consumo in quanto limitative della facoltà del consumatore di opporre eccezioni al mediatore, determinando così un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi scaturenti dal contratto.

**97.** Sotto diverso e ulteriore profilo, le clausole in esame, recano una penale di importo equivalente, rispettivamente, al corrispettivo pattuito per la conclusione dell’affare e al doppio dello stesso, oltre al risarcimento del maggior danno. Penali siffatte risultano di ammontare manifestamente eccessivo.

<sup>42</sup> Cfr. Corte di Cassazione, Sez. III civile, sentenza del 1 giugno 2000, n.7273.

<sup>43</sup> Tale orientamento è stato da ultimo ribadito dalla Corte di Cassazione nella sentenza del 3 novembre 2010, n. 22537, a conferma di quanto già espresso nelle sentenze n.11389/1997, n.11244/2003 e n.5095/2006, nonché dalla Corte d’Appello di Roma, Sez. II, sentenza del 14 marzo 2013.



**98.** In proposito giova richiamare l'orientamento della Corte di Cassazione<sup>44</sup> secondo cui penali per inadempimento del consumatore conferente l'incarico di mediazione immobiliare, che abbiano un importo pari o simile a quello della provvigione pattuita per la conclusione dell'affare, sono da considerarsi vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *f*), del Codice del Consumo.

**99.** Alla luce delle considerazioni svolte, le clausole di cui alle lettere "M" ed "N" del modulo per l'incarico di mediazione in esame integrano anche una fattispecie di clausole vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *f*), e *t*), del Codice del Consumo.

**100.** Immobiliare ha comunicato una nuova formulazione delle clausole in esame prevedendo uno spazio in bianco con riguardo all'ammontare della penale in modo da consentire alle parti di stabilirne l'importo ed eliminando il riferimento al risarcimento del danno. Ciò posto, la nuova versione delle clausole in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo, ferma restando la rilevanza sotto il profilo delle pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 18 e seguenti del medesimo Codice del Consumo dell'eventuale indicazione da parte del professionista – nei contratti conclusi con i consumatori – di penali di importo equivalente alla provvigione o al doppio della stessa.

**101.** La clausola di cui alla lettera "G" del modulo contrattuale, esonera Immobiliare dagli obblighi di custodia cui il professionista sarebbe invece tenuto in ragione della consegna delle chiavi, con ciò impedendo al consumatore di avanzare pretese risarcitorie nei confronti del mediatore che sia stato negligente con riguardo, ad esempio, agli obblighi di custodia delle chiavi stesse (art.1177 e 1768 c.c.).

**102.** Secondo Immobiliare, la clausola non sarebbe vessatoria in quanto dalla consegna delle chiavi non potrebbe scaturire in capo all'impresa l'obbligo di custodia dell'immobile. Tale argomentazione è inconferente. Si rileva, infatti che si tratta di una clausola inserita in un contratto standard, predisposta unilateralmente dal professionista che, per la sua formulazione, è diretta ad escludere "qualsiasi responsabilità" del professionista in relazione alle chiavi che riceve dal consumatore, anche rispetto ad un uso delle stesse non conforme alla diligenza professionale.

**103.** Alla luce delle considerazioni svolte, la disposizione contrattuale in esame integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e 2, lettera *b*), del Codice del Consumo.

**104.** Immobiliare ha comunicato una nuova formulazione delle clausole in esame specificando che l'agente si impegna a custodire le chiavi con la massima diligenza. Ciò posto la nuova formulazione delle clausole contrattuali non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *b*), del Codice del Consumo.

**105.** La clausola di cui alla lettera "H" del modulo contrattuale, disciplina le modalità di conclusione del contratto preliminare prevedendo l'obbligo del venditore di sottoscrivere il contratto preliminare a "semplice" richiesta di Immobiliare. Tale clausola ha l'effetto di limitare la libertà contrattuale del consumatore non consentendogli di essere parte attiva con riferimento alla stipulazione del contratto preliminare.

**106.** Sul punto Immobiliare ha osservato che la disposizione non sarebbe vessatoria poiché la clausola sarebbe volta esclusivamente a garantire la conclusione della compravendita nel caso di avvenuta accettazione della proposta di acquisto. Tale argomentazione non pare dirimente posto che la clausola appare sbilanciata a favore del solo mediatore non essendo prevista la possibilità del consumatore/venditore di concordare la data del preliminare facendo valere legittimi impedimenti, fondati su ragioni oggettive, giuridicamente rilevanti.

---

<sup>44</sup> Corte di Cassazione n.22537/2010 cit.

**107.** Alla luce delle considerazioni svolte, la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *d*), *t*) e *v*), del Codice del Consumo.

**108.** Immobiliare ha comunicato una nuova formulazione della clausola prevedendo che la convocazione per la stipula del preliminare possa avvenire anche per le vie brevi e non più "a semplice" richiesta dell'agenzia immobiliare, con ciò consentendo al consumatore/venditore di incidere sulla determinazione della data. La clausola presuppone l'avvenuta accettazione della proposta di acquisto da parte del consumatore/venditore che, potrebbe rifiutarsi di farlo per motivi inerenti la solvibilità dell'acquirente. Ciò posto la nuova formulazione della clausola contrattuale, non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere *d*), *t*) e *v*), del Codice del Consumo.

**109.** La clausola di cui alla lettera "O", è volta ad imporre il foro esclusivo del professionista in caso di controversia nascente dal contratto. Per questa ragione, laddove il cliente sia un consumatore, il suo contenuto appare vessatorio ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *u*), del Codice del Consumo.

**110.** Immobiliare ha comunicato una nuova formulazione della clausola in esame lasciando uno spazio in bianco circa l'indicazione del foro, rimettendolo così alla compilazione delle parti. Ciò posto, la nuova formulazione della disposizione contrattuale non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *u*), del Codice del Consumo, ferma restando la rilevanza sotto il profilo delle pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 18 e seguenti del medesimo Codice del Consumo dell'eventuale indicazione da parte del professionista – nei contratti conclusi con i consumatori – di fori diversi da quelli del consumatore.

***D) Sulla questione dell'assimilabilità agli impegni ex lege n. 287/90 delle nuove clausole predisposte da Immobiliare***

**111.** Come dianzi indicato, nella memoria pervenuta il 9 dicembre 2014 Immobiliare ha chiesto all'Autorità di astenersi dall'accertamento della vessatorietà delle clausole oggetto di istruttoria sull'assunto che la predisposizione da parte di Immobiliare di nuove clausole nel corso del procedimento possa essere assimilata alla proposizione di impegni ex articolo 14 *ter* della legge n. 287/90, accettando i quali l'Autorità potrebbe rinunciare all'accertamento della vessatorietà contestata in sede di avvio di istruttoria.

**112.** L'argomentazione svolta da Immobiliare non risulta fondata.

**113.** In proposito si osserva che l'accertamento della vessatorietà è atto dovuto non potendo l'Autorità esimersi dal valutare le clausole oggetto di istruttoria, nell'esercizio del potere di accertamento della vessatorietà previsto dall'articolo 37 *bis*, commi 1 e 2, del Codice del Consumo. Inoltre, la spontanea sottoposizione all'Autorità di nuove clausole contrattuali, prive dei profili di vessatorietà oggetto di istruttoria e che l'impresa dichiara di voler adottare a conclusione del procedimento, non è assimilabile alla presentazione degli impegni prevista e disciplinata dall'articolo 14 *ter* della legge n. 287/90 in materia di concorrenza posto che le disposizioni di legge sulla tutela amministrativa contro le clausole vessatorie non prevedono l'istituto degli impegni, quale alternativa all'accertamento della vessatorietà delle clausole oggetto di istruttoria. Per altro verso, gli impegni in materia di concorrenza, una volta accettati dall'Autorità diventano giuridicamente vincolanti per l'impresa, con conseguenze sanzionatorie in capo alla stessa in caso di inottemperanza, ex articolo 14 *ter*, comma 2, della legge 287/1990. Siffatta disciplina è del tutto assente in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie

**114.** In questo contesto, la valutazione da parte dell'Autorità delle nuove clausole – sottoposte dall'impresa nel corso del procedimento in luogo di quelle oggetto di rilevi nella comunicazione di avvio – è volta ad evitare che, a seguito della declaratoria di vessatorietà di talune clausole oggetto

di istruttoria, possano determinarsi situazioni di incertezza giuridica, dannose specie per l'impresa parte del procedimento che utilizza i moduli contrattuali da essa predisposti, oltreché per i consumatori stessi. Per questa ragione, nella sua prassi applicativa, ove le imprese parti di procedimenti di accertamento della vessatorietà lo abbiano richiesto<sup>45</sup>, l'Autorità si è resa disponibile a valutare nell'ambito della stessa istruttoria anche le nuove clausole comunicate dalle imprese in sostituzione di quelle oggetto di esame, coerentemente con il suo potere di rispondere a domande di interpello preventivo ex articolo 37 *bis*, comma 3, del Codice del Consumo.

RITENUTO che per le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento vige una presunzione legale di vessatorietà ex articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo e che Immobildream non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo;

RITENUTO che è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito istituzionale dell'Autorità e su quello di Immobildream [www.immobildream.it](http://www.immobildream.it) ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Nuovo Regolamento; che appare congruo che la predetta pubblicazione sul sito di Immobildream [www.immobildream.it](http://www.immobildream.it) abbia la durata di venti giorni consecutivi; che non si ritengono, inoltre, sussistenti particolari elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

### DELIBERA

a) che le clausole relative al patto di irrevocabilità, inserite nelle premesse sotto la rubrica "Oggetto" e alla lettera "I" del modulo contrattuale "*versione gennaio 2014*", descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettere b) e t), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la clausola rubricata "Descrizione dell'immobile", inserita nel modulo contrattuale "*versione gennaio 2014*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 1 e comma 2, lettera b) e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola disciplinante le pertinenze e le parti comuni di cui alla lettera "C" del modulo contrattuale "*versione gennaio 2014*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 1 e comma 2, lettera l), e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la clausola disciplinante la penale, di cui alla lettera "F" del modulo contrattuale "*versione gennaio 2014*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola

---

<sup>45</sup> Ove ciò non sia accaduto, l'Autorità si è limitata ad accertare la vessatorietà delle clausole oggetto di istruttoria (cfr. CV1 IRI DIVISIONE IMMOBILI – CONTRATTI SETTORE IMMOBILIARE; CV6 CAPOZZA – CONTRATTI DI VENDITA E MANUTENZIONE ASCENSORI).

vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera *f*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che la clausola relativa al prezzo d'acquisto, di cui alla lettera "A" del modulo contrattuale "*versione gennaio 2014*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *o*), e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che la clausola disciplinante il foro, inserita nel modulo contrattuale "*versione gennaio 2014*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *u*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che la clausola relativa al patto di irrevocabilità, rubricata "Oggetto" unitamente alla clausola dedicata alla descrizione dell'immobile, inserite nel modulo contrattuale "*versione febbraio 2014*", descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 2, lettere *b*) e *t*), e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che le clausole disciplinanti la penale durante il periodo di irrevocabilità della proposta, di cui alle lettere "F" e "G" del modulo contrattuale "*versione febbraio 2014*", descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

i) che la clausola relativa al foro, inserita nel modulo contrattuale "*versione febbraio 2014*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *u*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

j) che le clausole disciplinanti l'irrevocabilità dell'incarico e il patto di esclusiva unitamente al suo tacito rinnovo, di cui alla premessa e alle lettere "E" ed "L" dell'incarico di mediazione, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *t*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

k) che le clausole disciplinanti la penale, di cui alle lettere "M" ed "N" dell'incarico di mediazione, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

l) che la clausola disciplinante gli obblighi di custodia delle chiavi, di cui alla lettera "G" dell'incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera *b*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

m) che la clausola disciplinante le modalità di conclusione del contratto preliminare, di cui alla lettera “H” dell’incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere *d*), *t*) e *v*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

n) che la clausola relativa al foro, di cui alla lettera “O” dell’incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera *u*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

#### DISPONE

a) che Immobildream S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell’articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e dell’articolo 21, comma 8, del Nuovo Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell’estratto del provvedimento è quello riportato nell’allegato al presente provvedimento;
- 2) il testo dell’estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per venti giorni consecutivi sulla *home page* del sito internet [www.immobildream.it](http://www.immobildream.it) di Immobildream con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell’adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell’estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all’Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall’invio all’Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito di Immobildream [www.immobildream.it](http://www.immobildream.it);

c) la pubblicazione dovrà ricalcare in toto impostazione, struttura e aspetto dell’estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* su cui verrà pubblicato l’estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell’estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

Ai sensi dell’articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l’Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell’articolo 37 *bis*, comma 4, e dell’art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all’art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell’art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n.1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

**CV89 - IMMOBILDREAM-CONTRATTI SETTORE IMMOBILIARE**

*Allegato al provvedimento n. 25242*

Allegato al provvedimento dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 19 dicembre 2014 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37 *bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 16 aprile 2014, è stato avviato il procedimento *CV89 IMMOBILDREAM - CONTRATTI SETTORE IMMOBILIARE* nei confronti della società Immobiliare S.p.A.

[OMISSIS]

Costituiscono oggetto di istruttoria le clausole contenute nei contratti predisposti da Immobiliare per l’attività di intermediazione immobiliare a favore di persone fisiche/consumatori volta, in via principale, alla vendita di immobili in costruzione o da costruire ; in via residuale, alla vendita di immobili esistenti.

[OMISSIS]

In particolare, per quanto concerne la “*versione gennaio 2014<sup>1</sup>*” del modulo per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d’acquisto, l’istruttoria è stata condotta sulle clausole di seguito trascritte:

- i) **“OGGETTO: IMPEGNATIVA DI ACQUISTO IRREVOCABILE”** - *“con la presente, si impegna irrevocabilmente all’acquisto dell’immobile qui sotto descritto e alle seguenti condizioni” (... - I) la presente impegnativa è irrevocabile soltanto per il sottoscritto: essa perderà ogni efficacia 15 giorni dopo la data indicata per il contratto preliminare e la Immobiliare S.p.A. restituirà le sole somme ricevute escluso ogni risarcimento danni od interessi fatto comunque salvo quanto disposto al precedente Art. F.”;*
- ii) **“DESCRIZIONE DELL’IMMOBILE \_\_\_\_\_”** - *“(…) In costruzione” – “Consegna prevista per il \_\_\_\_\_”;*
- iii) **“C) L’acquisto è effettuato a corpo e non a misura, nello stato di fatto e di diritto in cui attualmente si trova la porzione immobiliare e comprende la quota delle “Parti Comuni” ai sensi dell’art.1117 Cod. Civ. risultante dal regolamento di condominio vigente o da quello che verrà depositato a cura del Venditore”;**
- iv) **“F) Penale - In caso di mia rinuncia all’acquisto o di mio rifiuto al vostro invito a stipulare il contratto preliminare sarà a carico del sottoscritto una penale pari all’importo da me versato ai punti 1 e/o 2 dell’art. B che verrà pertanto acquisito dall’Immobiliare S.p.A., nel caso in cui l’importo non sia stato ancora versato all’Immobiliare S.p.A. la stessa avrà diritto di agire per l’applicazione della presente clausola penale oltre naturalmente che per l’importo della maturata provvigione”;**
- v) **A) PREZZO D’ACQUISTO EURO..... (…)** - **“B) Il pagamento avverrà come segue: \_\_\_\_\_**  
*Quanto a € \_\_\_\_\_ 1) versate a mani del sig. \_\_\_\_\_ alla firma della presente e che a parte rilascia regolare ricevuta - Quanto a € \_\_\_\_\_ 2) versate in contanti presso i vostri uffici entro il...;*  
*Quanto a € \_\_\_\_\_ 3) da versare in contanti o con assegno circolare alla firma del CONTRATTO PRELIMINARE..... - Quanto a € \_\_\_\_\_ 4).....; Quanto a € \_\_\_\_\_ 5) da versare come segue, alla firma del ROGITO NOTARILE - Quanto a € \_\_\_\_\_ 5a) in contanti o assegni circolari - Quanto a € \_\_\_\_\_ 5b) circa, salvo conguaglio, rilievo Mutuo Fondiario alle condizioni stabilite dall’Istituto Mutuante; Quanto a € \_\_\_\_\_ 5c) in contanti e/o con l’intervento di una Società*

<sup>1</sup> Cfr. “All. 6i” della nota di Immobiliare del 28 febbraio 2014, doc. 8 in atti.

*Finanziaria procurata dal sottoscritto assumendo ogni responsabilità al riguardo” – “A norma degli artt.1341 – 1342 e 1469 bis del codice civile si approvano specificamente le clausole di cui agli artt. **A** (prezzo minimo d’acquisto); **B** (modalità di pagamento), **E** (data contratto preliminare)”, **F** (clausola penale), **I** (esclusione di ogni risarcimento danni o interessi), **L** (foro competente)”;*

*vi) “Per qualunque controversia in ordine all’interpretazione e/o esecuzione del presente contratto sarà competente il Foro di Roma”.*

Con riferimento ai tre moduli per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d’acquisto “*versione febbraio 2014*” costituiscono oggetto del presente procedimento le clausole di seguito trascritte:

**i) “OGGETTO: IMPEGNATIVA DI ACQUISTO IRREVOCABILE” - “con la presente, si impegna irrevocabilmente all’acquisto dell’immobile qui sotto descritto e alle seguenti condizioni: (...)” – “DESCRIZIONE DELL’IMMOBILE \_\_\_\_\_ (...) – “In costruzione” – “Consegna prevista per il \_\_\_\_\_”;**

**ii) “F)”La presente impegnativa di acquisto è irrevocabile per un periodo di \_\_\_\_\_ giorni dalla sua sottoscrizione. Entro tale termine, il Venditore comunicherà la propria accettazione per il tramite di Immobiliare S.p.A., indicando contestualmente la data per la stipula del contratto preliminare. (...)” – “G)”“Nell’ipotesi in cui l’Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto durante il periodo di irrevocabilità della stessa, (...) l’importo versato a titolo di acconto sul prezzo di acquisto indicato ai punti 1 e/o 2 del precedente articolo B, verrà incamerato a titolo di penale da Immobiliare, in via definitiva ed imputato alla provvigione dovuta all’Immobiliare S.p.A. da parte dell’acquirente il quale si impegna ed obbliga inoltre a risarcire Immobiliare S.p.A. del danno subito relativo alla perdita della Provvigione maturata a carico del Venditore, che sin d’ora è determinata in misura minima pari al 2% del prezzo della compravendita”;**

**iii) “F)”La presente impegnativa di acquisto è irrevocabile per un periodo di \_\_\_\_\_ giorni dalla sua sottoscrizione. Entro tale termine, il Venditore comunicherà la propria accettazione per il tramite di Immobiliare S.p.A., indicando contestualmente la data per la stipula del contratto preliminare. (...)” – “G)”“Nell’ipotesi in cui l’Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto durante il periodo di irrevocabilità della stessa, (...) l’importo versato a titolo di acconto sul prezzo di acquisto indicato ai punti 1 e/o 2 del precedente articolo B, verrà incamerato dal Venditore a titolo di penale. In tale ipotesi, inoltre, l’Acquirente si impegna ed obbliga a versare, in favore della Immobiliare S.p.A. la provvigione, pattuita nella misura del \_\_\_\_\_% del prezzo di vendita + IVA ( di seguito, Provvigione), oltre che risarcire la stessa del danno subito relativo alla perdita della Provvigione maturata a carico del Venditore, che sin d’ora è determinata in misura minima pari al 2% del prezzo della compravendita”;**

**iv) “F)”La presente impegnativa irrevocabile di acquisto perderà efficacia decorsi 90 giorni dalla data indicata per la sottoscrizione dell’atto notarile di compravendita. La parte venditrice, in tale ipotesi, restituirà le sole somme ricevute escluso ogni risarcimento danni o interessi, fatto comunque salvo quanto disposto al successivo articolo G.” - “G)”“Nell’ipotesi in cui l’Acquirente receda dalla presente impegnativa di acquisto durante il periodo di irrevocabilità della stessa, e/o successivamente alla convocazione per la prestipula, l’importo versato a titolo di acconto sul prezzo di acquisto indicato ai punti 1 e/o 2 del precedente articolo B verrà incamerato dal Venditore a titolo di penale. In tale ipotesi, inoltre, l’Acquirente si impegna ed obbliga a versare, in favore della Immobiliare S.p.A. la provvigione, pattuita nella misura del \_\_\_\_\_% del prezzo**



di vendita + IVA (di seguito, "Provvigione"), oltre che a risarcire la stessa del danno subito relativo alla perdita della Provvigione maturata a carico del Venditore, che sin d'ora è determinata in misura minima pari al 2% del prezzo della compravendita";

v) "Per qualunque controversia in ordine all'interpretazione e/o esecuzione del presente contratto sarà competente il Foro di Roma":

[OMISSIS]

Rispetto ai moduli contrattuali aventi ad oggetto il conferimento dell'incarico di mediazione a vendere, l'istruttoria è stata condotta sulle seguenti clausole:

i) "Il sottoscritto \_\_\_\_\_ (...) conferisce alla Immobiliare S.p.A. irrevocabile incarico a procurare l'acquirente (...)" - "E) La durata del presente incarico è di \_\_\_\_\_, e si intenderà tacitamente rinnovato per ugual periodo e per una sola volta, salvo disdetta (...)" - "L) Il presente incarico viene conferito:  A) non in esclusiva In tal caso il Venditore potrà vendere l'immobile direttamente o tramite altre agenzie immobiliari senza nulla dovere a Immobiliare S.p.A. a titolo di provvigione o penale, impegnandosi però a rimborsare la stessa delle spese sostenute nell'esecuzione del presente incarico, anche in caso di mancata vendita, che sin d'ora vengono forfettariamente quantificate in Euro \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) oltre IVA.  B) in esclusiva In tal caso il Venditore si impegna a non conferire incarico ad altre agenzie immobiliari, né a terzi, né a vendere l'immobile direttamente per tutta la durata dell'incarico. Conseguentemente Immobiliare S.p.A. si impegna a rinunciare al rimborso di tutte le spese che sosterrà per l'esecuzione dell'incarico in caso di mancata conclusione dell'affare. La violazione dell'obbligo di esclusiva, sia nel caso di conferimento dell'incarico ad altre agenzie e/o terzi che per il caso di vendita direttamente effettuata dal Venditore, comporterà il pagamento da parte di quest'ultimo della penale prevista ai successivi punti M e N." ;

ii) "M) sarà a carico del venditore una penale pari alla provvigione, nei seguenti casi: - per affidamento ad altre società concorrenti e/o intermediari nel periodo del presente incarico;

- per revoca del presente incarico prima della sua scadenza";

- per rifiuto a consentire le visite dell'immobile oggetto del presente incarico alle persone contattate dall'Immobiliare S.p.A." - "N) Sarà a carico del Venditore una penale pari al doppio della Provvigione, nei seguenti casi :

- per vendita effettuata dal sottoscritto durante il presente incarico;

- per vendita effettuata anche dopo la scadenza del presente incarico, a persone presentate da Immobiliare S.p.A. (o loro congiunti) e che risulteranno nell'elenco (...);

- per rifiuto del venditore ad una proposta di acquisto conforme alle condizioni previste nel presente incarico, salvo giustificato e comprovato motivo inerente alla solvibilità del proponente l'acquisto";

iii) "G) Qualora l'immobile sia libero e vuoto da persone e cose (...) esonerando Immobiliare S.p.A. da qualsiasi responsabilità connessa alla consegna di una copia delle chiavi (...);

iv) "H) il Venditore si impegna a sottoscrivere il contratto preliminare presso i Vostri Uffici a semplice Vostra richiesta anche dopo la data di scadenza del presente incarico o suoi rinnovi, ma non oltre 60 giorni dopo tale data.";

v) "O) Per qualunque controversia in ordine all'interpretazione e/o esecuzione del presente incarico sarà competente il foro di Roma."

Di seguito si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento, valutando anche le modifiche delle clausole che Immobiliare ha prospettato nel corso del procedimento e,

in particolare, nelle memorie pervenute il 30 maggio 2014, successivamente integrate in data 24 settembre, 21 novembre, 9 e 18 dicembre 2014.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo;

[OMISSIS]

### DELIBERA

a) che le clausole relative al patto di irrevocabilità, inserite nelle premesse sotto la rubrica “Oggetto” e alla lettera “I” del modulo contrattuale “*versione gennaio 2014*”, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettere b) e t), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la clausola rubricata “*Descrizione dell’immobile*”, inserita nel modulo contrattuale “*versione gennaio 2014*”, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 1 e comma 2, lettera b) e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola disciplinante le pertinenze e le parti comuni di cui alla lettera “C” del modulo contrattuale “*versione gennaio 2014*”, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, comma 1 e comma 2, lettera l) e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la clausola disciplinante la penale, di cui alla lettera “F” del modulo contrattuale “*versione gennaio 2014*”, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera f), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che la clausola relativa al prezzo d’acquisto, di cui alla lettera “A” del modulo contrattuale “*versione gennaio 2014*”, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera o) e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che la clausola disciplinante il foro, inserita nel modulo contrattuale “*versione gennaio 2014*”, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera u) del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che le clausole relative al patto di irrevocabilità, rubricata “Oggetto”, unitamente alla clausola dedicata alla descrizione dell’immobile, inserite nel modulo contrattuale “*versione febbraio 2014*”, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettere b) e t), e 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che le clausole relative alla penale, di cui alle lettere “F” e “G” del modulo contrattuale “*versione febbraio 2014*”, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1 e comma 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

i) che la clausola relativa al foro, inserita nel modulo contrattuale “*versione febbraio 2014*”, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera u) del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

j) che la clausola disciplinante l’irrevocabilità dell’incarico e il patto di esclusiva unitamente al suo tacito rinnovo, di cui alla premessa e alle lettere “E” ed “L” dell’incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera t), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

k) che le clausole disciplinanti la penale, di cui alle lettere “M” ed “N” dell’incarico di mediazione, descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

l) che la clausola disciplinante gli obblighi di custodia, di cui alla lettera “G” dell’incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 1 e comma 2, lettera b), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

m) che la clausola disciplinante le modalità di conclusione del contratto preliminare, di cui alla lettera “H” dell’incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettere d), t) e v), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

n) che la clausola relativa al foro, di cui alla lettera “O” dell’incarico di mediazione, descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, comma 2, lettera u), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

[OMISSIS]

---

**CV113 - CORPO VIGILI GIURATI-CONTRATTI SERVIZI DI VIGILANZA**

*Provvedimento n. 25243*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte III, Titolo I del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014 e pubblicato in G.U. del 30 giugno 2014, n. 149;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LA PARTE**

1. Corpo Vigili Giurati S.p.a. (di seguito, Corpo Vigili Giurati o CVG), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 3 del Codice del Consumo. Corpo Vigili Giurati è attiva nella fornitura di servizi di vigilanza privata. Rientrano in tale attività la vigilanza e la custodia di beni mobili o immobili, che non implicano l'esercizio di pubbliche funzioni o lo svolgimento di attività che disposizioni di legge o di regolamento riservano agli organi di polizia.

**II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE**

2. Le clausole oggetto di istruttoria sono contenute nei modelli contrattuali denominati "*Proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici*" e "*Proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi*" che il professionista utilizza per la fornitura del servizio di vigilanza destinato anche a clienti-consumatori, inclusi i condomini.

Tali moduli contengono la proposta d'ordine con cui il cliente affida all'istituto l'incarico di svolgere il servizio di vigilanza rispettivamente "a mezzo collegamento di impianto di allarme alla Centrale Operativa dell'Istituto" per servizi di vigilanza tecnologici ovvero "a mezzo pattugliamento e/o ispezioni concordate" per servizi di vigilanza ispettivi, nonché le relative condizioni generali di servizio.

3. Costituiscono oggetto della presente valutazione le clausole contenute nei predetti modelli contrattuali e di seguito trascritte<sup>1</sup>.

**"Proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici"**

**Art. 3 - Durata:** "*La durata del contratto è di 3 anni, decorrenti dalla data di inizio, salvi gli eventuali rinnovi successivi. [...] Il contratto s'intende tacitamente rinnovato per ulteriori periodi di 3 anni ciascuno, salvo che una delle Parti non comunichi formale disdetta all'altra, per mezzo di lettera raccomandata A/R, da spedirsi almeno 180 giorni prima della Data di Termine*".

---

<sup>1</sup> Si precisa che le clausole contenute nei due moduli presentano il medesimo contenuto e anche la medesima numerazione, ad eccezione di due soli casi: le clausole in tema di risoluzione (art. 13 del contratto per i servizi di vigilanza ispettivi e art. 14 del contratto per i servizi di vigilanza tecnologici) e le clausole relative ai termini di pagamento (art. 12 del contratto per i servizi di vigilanza ispettivi e art. 13 del contratto per i servizi di vigilanza tecnologici).

**Art. 8 - Responsabilità per danni:** “La mancata comunicazione delle modifiche secondo i termini, le condizioni e le modalità indicate agli articoli 5), 6) e 7) determina l’esclusione di ogni responsabilità dell’Istituto per eventuali danni subiti dall’Utente anche a causa di inadempimenti connessi a tali cause. Inoltre, la mancata denuncia a mezzo raccomandata A/R anticipata via fax di qualsiasi disservizio entro 3 giorni dalla sua conoscenza preclude all’utente la risoluzione del Contratto e solleva l’Istituto da ogni responsabilità in ordine alle conseguenze del disservizio. L’Istituto, in caso di inadempimento ad esso esclusivamente imputabile, risponderà dei danni accertati in sede giudiziale nella misura massima equivalente a n° 3 mensilità. Nell’ipotesi di danni subiti da terzi nell’esecuzione del Servizio, gli stessi faranno carico in via esclusiva all’Utente, che sarà tenuto a manlevare integralmente l’Istituto, avendo l’Utente ritenuta corretta la ripartizione dei rischi e adeguata la corrispondente penale a carico dell’Istituto, in considerazione della natura e del costo del Servizio. L’Utente dà altresì atto che ciò è ritenuto essenziale e determinante ai fini dell’accettazione dell’incarico da parte dell’Istituto e si impegna a predisporre, pertanto, le opportune garanzie in ragione dei rischi connessi alla propria attività.<sup>2</sup>”

**Art. 9 - Sospensione del servizio:** “L’Istituto si riserva il diritto di sospendere il Servizio o di svolgerlo solo parzialmente, senza darne avviso all’Utente, in casi di forza maggiore, per ordine dell’Autorità di Pubblica Sicurezza o per scioperi di categoria. In tali ipotesi, non restituirà le quote del Servizio in corso e non risponderà di alcun danno.”

**Art. 13 - Termini di pagamento:** “I corrispettivi indicati nella PdO [proposta d’ordine] si intendono al netto di I.V.A. ed eventuali spese bancarie di incasso e potranno essere aggiornati annualmente secondo le modalità indicate nella proposta d’ordine stessa.[...] Alla Data di Termine contrattuale, in caso di rinnovo, l’Istituto si riserva la facoltà di modificare il corrispettivo in ragione di fattori obiettivi sopraggiunti”.

**Art. 14 - Risoluzione :** “Nel caso di inadempimento dell’Utente agli obblighi posti a suo carico dalla PdO [proposta d’ordine] o dalle presenti CoGe [condizioni generali], il Contratto si intenderà risolto di diritto per fatto e colpa dell’Utente con obbligo da parte del medesimo di pagare a titolo di penale una somma pari a 12 mensilità, fatto salvo espressamente il maggior danno. In caso di sospensione e/o revoca della licenza prefettizia, il Contratto si intenderà risolto di diritto per impossibilità sopravvenuta e non per colpa dell’Istituto e l’Utente nulla avrà a che pretendere in ragione di ciò”.

**“Proposta d’ordine per servizi di vigilanza ispettivi”**

**Art. 3 - Durata:** “La durata del contratto è di 3 anni, decorrenti dalla data di inizio, salvi gli eventuali rinnovi successivi. [...] Il Contratto s’intende tacitamente rinnovato per ulteriori periodi di 3 anni ciascuno, salvo che una delle Parti non comunichi formale disdetta all’altra, per mezzo di lettera raccomandata A/R, da spedirsi almeno 180 giorni prima della Data di Termine”.

**Art. 8 - Responsabilità per danni:** “La mancata comunicazione delle modifiche secondo i termini, le condizioni e le modalità indicate agli articoli 5), 6) e 7) determina l’esclusione di ogni responsabilità dell’Istituto per eventuali danni subiti dall’Utente anche a causa di inadempimenti connessi a tali cause. Inoltre, la mancata denuncia a mezzo raccomandata A/R anticipata via fax di qualsiasi disservizio entro 3 giorni dalla sua conoscenza preclude all’Utente la risoluzione del Contratto e solleva l’Istituto da ogni responsabilità in ordine alle conseguenze del disservizio. L’Istituto, in caso di inadempimento ad esso esclusivamente imputabile, risponderà dei danni

---

<sup>2</sup> Art. 5: variazioni delle condizioni dichiarate dall’Utente; art. 6: cambio di indirizzo; art. 7: cambio della ragione sociale, trasformazione, cessione dell’utente (ipotesi riferita all’utente non consumatore).

accertati in sede giudiziale nella misura massima equivalente a n° 3 mensilità. Nell'ipotesi di danni subiti da terzi nell'esecuzione del Servizio, gli stessi faranno carico in via esclusiva all'Utente, che sarà tenuto a manlevare integralmente l'Istituto, avendo l'Utente ritenuta corretta la ripartizione dei rischi e adeguata la corrispondente penale a carico dell'Istituto, in considerazione della natura e del costo del Servizio. L'Utente dà altresì atto che ciò è ritenuto essenziale e determinante ai fini dell'accettazione dell'incarico da parte dell'Istituto e si impegna a predisporre, pertanto, le opportune garanzie in ragione dei rischi connessi alla propria attività.<sup>3</sup>”.

**Art. 9 - Sospensione del servizio:** “L'Istituto si riserva il diritto di sospendere il Servizio o di svolgerlo solo parzialmente, senza darne avviso all'Utente, in casi di forza maggiore, per ordine dell'Autorità di Pubblica Sicurezza o per scioperi di categoria. In tali ipotesi, non restituirà le quote del Servizio in corso e non risponderà di alcun danno.”

**Art. 12 - Termini di pagamento:** “I corrispettivi indicati nella PdO [proposta d'ordine] si intendono al netto di I.V.A. ed eventuali spese bancarie di incasso e potranno essere aggiornati annualmente secondo le modalità indicate nella PdO stessa.[...] Alla Data di Termine contrattuale, in caso di rinnovo, l'Istituto si riserva la facoltà di modificare il corrispettivo in ragione di fattori obiettivi sopraggiunti”.

**Art. 13 - Risoluzione:** “Nel caso di inadempimento dell'Utente agli obblighi posti a suo carico dalla PdO [proposta d'ordine] o dalle presenti CoGe [condizioni generali], il Contratto si intenderà risolto di diritto per fatto e colpa dell'Utente con obbligo da parte del medesimo di pagare a titolo di penale una somma pari al 90% dei canoni mensili residui (con un minimo pari a 3 mensilità), fatto salvo espressamente il maggior danno. In caso di sospensione e/o revoca della licenza prefettizia, il Contratto si intenderà risolto di diritto per impossibilità sopravvenuta e non per colpa dell'Istituto e l'Utente nulla avrà a che pretendere in ragione di ciò”.

**4.** Tali clausole possono avere per oggetto o per effetto di:

- stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare il tacito rinnovo;
- limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova;
- imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento e di risoluzione anticipata per qualsiasi causa, il pagamento di penali di importo manifestamente eccessivo;
- determinare, in generale, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

**5.** Oggetto di valutazione sono, altresì, le clausole di indicizzazione del prezzo che, da un lato, consentono al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto e, dall'altro, non appaiono redatte in modo chiaro e comprensibile.

<sup>3</sup> Art. 5: variazioni delle condizioni dichiarate dall'Utente; art. 6: cambio di indirizzo; art. 7: cambio della ragione sociale, trasformazione, cessione dell'utente (ipotesi riferita all'utente non consumatore).

### III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

#### *a) L'iter del procedimento*

##### **a.1) Attività preistruttoria e avvio del procedimento**

6. Sulla base delle informazioni e della documentazione contrattuale fornite da Corpo Vigili Giurati in data 4 aprile 2014<sup>4</sup>, in risposta ad una richiesta di informazioni del 1° aprile 2014<sup>5</sup>, risulta che il predetto professionista utilizza modelli contrattuali per i clienti consumatori in cui sono inserite clausole che appaiono vessatorie.

In particolare, oggetto di valutazione nel presente procedimento sono alcune clausole contenute nei modelli contrattuali denominati “*Proposta d’ordine per servizi di vigilanza tecnologici*” e “*Proposta d’ordine per servizi di vigilanza ispettivi*” che il professionista utilizza per la fornitura del servizio di vigilanza destinato a clienti-consumatori, inclusi i condominii.

7. Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato rappresentato alla Parte che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, in sé o in collegamento tra loro, tenuto conto delle altre clausole contrattuali, avrebbero potuto essere vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b), f), i), o), r) e t)*, 34, comma 2 e 35, comma 1, del Codice del Consumo in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

##### **a.2) Il procedimento**

8. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, ai sensi dell’articolo 12, comma 1, del Regolamento, è stata formulata una richiesta di informazioni a Corpo Vigili Giurati, chiedendo altresì elementi tali da superare la presunzione di vessatorietà di cui all’articolo 33, comma 2, lettere *b), f), i), o) e t)*, del Codice del Consumo.

9. Informata l’Autorità nella sua adunanza dell’8 ottobre 2014, ai sensi dell’art. 21, comma 6, del Regolamento, in data 9 ottobre 2014, è stata disposta la consultazione di cui all’articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo tramite la pubblicazione di un comunicato sul sito istituzionale dell’Autorità. Nell’ambito della consultazione, sono pervenute le osservazioni del CODACONS, in data 7 novembre 2014<sup>6</sup>.

10. In data 29 ottobre 2014<sup>7</sup> è pervenuta la memoria di Corpo Vigili Giurati con le informazioni richieste nella comunicazione di avvio.

11. In data 26 novembre 2014 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’articolo 16, comma 1, del Regolamento.

12. In data 3 dicembre 2014, la Parte ha fatto pervenire note conclusive<sup>8</sup>.

#### *b) Gli esiti della consultazione sul sito internet dell’Autorità*

13. Nel contributo pervenuto in data 7 novembre 2014, il CODACONS - Coordinamento delle associazioni per la difesa dell’ambiente e dei diritti degli utenti e consumatori ha rilevato la vessatorietà delle clausole oggetto di contestazione, ritenendole tutte in contrasto, in ragione della formulazione delle stesse, con gli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo.

---

<sup>4</sup> Cfr. doc. n. 2.

<sup>5</sup> Cfr. doc. n. 1.

<sup>6</sup> Doc. n. 6.

<sup>7</sup> Doc. n. 5.

<sup>8</sup> Doc. n. 8

***c) Le argomentazioni svolte da Corpo Vigili Giurati e gli elementi forniti dal professionista nel corso del procedimento***

**14.** Corpo Vigili Giurati opera nella regione Toscana. Il professionista ha preliminarmente fatto presente che i contratti stipulati con i clienti-consumatori, sia attraverso il modulo contrattuale relativo alla fornitura di servizi tecnologici, sia attraverso il modulo contrattuale relativo alla fornitura di servizi ispettivi, costituiscono una parte minoritaria dei contratti complessivamente conclusi dallo stesso professionista.

**15.** Nel merito della valutazione delle singole clausole interessate dalla comunicazione di avvio del procedimento del 9 ottobre 2014, Corpo Vigili Giurati ha svolto considerazioni volte a giustificare la *ratio* del loro inserimento nei moduli, nonché del contenuto delle stesse, negandone il carattere vessatorio. Il professionista ha tuttavia rappresentato di voler modificare il contenuto di dette clausole al fine di eliminare i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella predetta comunicazione di avvio, precisando, nella nota conclusiva del 3 dicembre 2014, che tali modifiche vengono introdotte nei nuovi modelli contrattuali a partire dal 15 dicembre 2014.

**16.** Passando alla disamina delle singole clausole interessate dal procedimento, per quanto concerne le clausole di cui all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*Durata*", Corpo Vigili Giurati ha sostanzialmente osservato che esse si giustificherebbero in ragione delle esigenze organizzative cui l'impresa deve far fronte per poter erogare il servizio, con particolare riferimento alla necessità di garantire una tempestiva ridefinizione dei carichi di lavoro all'approssimarsi delle scadenze contrattuali; nonché alla pianificazione delle risorse in termini di gestione delle pattuglie da destinare a tutte le cd. "zone di servizio" servite dal professionista, e delle risorse destinate all'erogazione dei servizi di vigilanza fissa, antirapina, trasporto valori, scorta valori e custodia valori.

**17.** Nel corso del procedimento, ed in particolare con la comunicazione del 3 dicembre 2014, Corpo Vigili Giurati ha rappresentato di modificare le clausole in esame, prevedendo un termine per la disdetta pari a sessanta giorni<sup>9</sup>.

**18.** Con riguardo alle clausole di cui all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*Responsabilità per danni*", la Parte ha fatto presente che la corretta esecuzione dei servizi di vigilanza privata è strettamente collegata alla conoscenza delle peculiari caratteristiche dell'ambiente in cui tali servizi vengono resi: risulterebbe, dunque, essenziale per il professionista venire a conoscenza tempestivamente delle eventuali modifiche di tali caratteristiche al fine di poter erogare il servizio in modo efficiente. Infine, il professionista ha sottolineato che il termine di tre giorni per la denuncia di eventuali disservizi si giustifica in ragione dell'interesse dello stesso cliente di consentire all'Istituto di vigilanza di condurre una tempestiva istruttoria sulle modalità di esecuzione del servizio e di accertare eventuali irregolarità al fine peraltro di adottare, se del caso, eventuali procedimenti disciplinari nei confronti dei propri dipendenti.

**19.** Nel corso del procedimento, ed in particolare con la comunicazione del 3 dicembre 2014, la Parte si è dichiarata disponibile a modificare le clausole in esame, eliminando la previsione di un limite al *quantum* risarcibile in relazione alla responsabilità del professionista in caso di

---

<sup>9</sup> Secondo la nuova clausola identica in entrambi i moduli contrattuali: **Art. 3 - *Durata*** *La durata del contratto è di 3 anni, decorrenti dalla data di inizio, salvi gli eventuali rinnovi successivi. E' pattuita la prosecuzione degli effetti del contratto fino all'ultimo giorno del mese di calendario in cui cadrebbe la scadenza ("data di termine"). Il contratto si intende tacitamente rinnovato per ulteriori periodi di 3 anni ciascuno salvo che una delle parti non comunichi formale disdetta all'altra, per mezzo di lettera raccomandata a/r, da spedirsi almeno 60 giorni prima della data di termine [sottolineatura aggiunta].*



inadempimento ad esso esclusivamente imputabile, nonché la previsione della manleva integrale a favore dell'Istituto nell'ipotesi di danni subiti da terzi. Inoltre, con riguardo alla segnalazione da parte del cliente consumatore di eventuali disservizi, Corpo Vigili Giurati ha proposto di inserire il termine di 48 ore decorrenti dalla conoscenza dell'evento-disservizio da parte del cliente consumatore, rimuovendo sia l'effetto della decadenza dal potere del cliente di risolvere il contratto una volta trascorso il termine, sia l'effetto, sempre legato al decorso del suddetto termine, di sollevare l'Istituto da ogni responsabilità in ordine alle conseguenze del disservizio<sup>10</sup>.

**20.** Con riguardo alle clausole di cui all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*Sospensione del servizio*", Corpo Vigili Giurati ha negato la vessatorietà delle disposizioni in questione in considerazione della peculiarità della natura degli istituti di vigilanza e dell'attività dagli stessi svolta, in quanto soggetti ad una particolare disciplina, attesa la necessità dell'autorizzazione della Prefettura territorialmente competente ai sensi degli artt. 134 e ss. TULPS e l'applicabilità delle relative disposizioni ministeriali.

**21.** Nel corso del procedimento, e in particolare con la comunicazione del 3 dicembre 2014, Corpo Vigili Giurati ha prospettato una nuova versione delle clausole in esame, in base alla quale il professionista, pur potendo sospendere l'attività di vigilanza nei casi di forza maggiore anche per ordine dell'Autorità di Pubblica Sicurezza, prevede una informativa alla clientela, nel caso di sciopero di categoria, tramite il sito *web* dell'Istituto ed elimina il precedente riferimento alla mancata restituzione al cliente delle quote del servizio in corso<sup>11</sup>.

**22.** In merito alle clausole di cui all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*termini di pagamento*", secondo Corpo Vigili Giurati la previsione contrattuale in esame si giustificerebbe in ragione della necessità di garantire la piena copertura degli incrementi di costi legati all'attività d'impresa.

**23.** Nel corso del procedimento, ed in particolare con la comunicazione del 3 dicembre 2014, Corpo Vigili Giurati ha prospettato di modificare le disposizioni contrattuali in esame, prevedendo che la materia dell'adeguamento dei corrispettivi sia disciplinata in due separate clausole, identiche per entrambi i moduli contrattuali utilizzati dal professionista.

In una prima clausola, sono previsti gli adeguamenti dei corrispettivi applicati alla data di termine contrattuale, in caso di rinnovo, in funzione della variazione dell'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e di impiegati ISTAT nella misura del 100%, a decorrere dalla data di termine contrattuale in caso di rinnovo<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Secondo la nuova clausola identica in entrambi i moduli contrattuali, **Art. 8 Responsabilità per danni** *La mancata comunicazione delle modifiche, secondo i termini, le condizioni e le modalità indicate agli artt. 5), 6) e 7) determina l'esclusione di ogni responsabilità dell'Istituto per eventuali danni subiti dall'Utente a causa di inadempimenti connessi a tali cause. Inoltre, eventuali disservizi devono essere tempestivamente comunicati alla direzione dell'Istituto, e comunque per iscritto – anche tramite fax o tramite PEC - entro le 48 ore successive alla conoscenza dell'evento, per consentire all'Istituto di istruire correttamente la pratica e acquisire informazioni dal proprio personale. L'Istituto, in caso di inadempimento ad esso esclusivamente imputabile, risponderà dei danni accertati in sede giudiziale.* [sottolineatura aggiunta].

<sup>11</sup> Secondo la nuova clausola identica in entrambi i moduli contrattuali, **Art. 9 Sospensione del servizio** *L'istituto si riserva il diritto di sospendere il servizio o di svolgerlo solo parzialmente, in casi di forza maggiore, anche per ordine dell'Autorità di Pubblica Sicurezza, o per scioperi di categoria. In tali casi non risponderà mai di alcun danno. Laddove venisse a conoscenza, in caso di sciopero di categoria, l'Istituto ne darà avviso tramite il proprio sito web.* [sottolineatura aggiunta].

<sup>12</sup> Secondo la nuova clausola identica in entrambi i moduli contrattuali, **Art. 12 Termini di pagamento** della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi e **art. 13 Termini di pagamento** della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici, *I corrispettivi indicati nella PDO potranno essere aggiornati secondo le modalità di cui al presente articolo e all'articolo successivo indicate nella PDO stessa. [...] Alla data di termine contrattuale, in caso di rinnovo, l'Istituto di*

Nell'altra clausola, sono previste eventuali modifiche del corrispettivo, in caso di rinnovo del contratto, conseguenti alla sopravvenienza di diversi fattori obiettivi (es. costi del carburante, costi del personale a seguito di modifica del CCNL di categoria, costi per le dotazioni utilizzate...), facendo salva per tali ipotesi la facoltà del cliente consumatore di recedere dal contratto ove ritenesse tale incremento troppo oneroso<sup>13</sup>.

Nell'indicazione dei corrispettivi dovuti, infine, la nuova formulazione delle suddette clausole non fa più riferimento agli importi al netto delle imposte.

**24.** Con riguardo alle clausole di cui all'art. 14 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "risoluzione", Corpo Vigili Giurati ha fatto presente che, con riguardo ai servizi tecnologici, l'introduzione della penale si rende necessaria al fine di ammortizzare i costi legati all'investimento effettuato dall'Istituto per la fornitura dell'impianto di allarme in comodato. In generale, anche nel caso della fornitura dei soli servizi di vigilanza ispettivi, la previsione della penale risponde alla necessità dell'azienda di riprogrammare il personale in servizio ed è volta a coprire le spese che il professionista deve sostenere in relazione al personale addetto alle vendite.

**25.** Nel corso del procedimento, ed in particolare con comunicazione del 3 dicembre 2014, la Parte ha rappresentato di procedere ad una completa riformulazione delle clausole in questione sotto il profilo delle penali previste a carico del cliente consumatore nel caso di risoluzione per suo inadempimento: il professionista distingue in particolare a seconda che si tratti di servizi ispettivi o tecnologici, e, in questo ultimo caso, disciplina espressamente l'ipotesi in cui abbia fornito l'impianto di allarme in comodato, eliminando la previsione di penali pari all'intero corrispettivo pattuito, nonché il riferimento al maggior danno.

**26.** Vale, infine, evidenziare che Corpo Vigili Giurati, al fine di recepire le innovazioni introdotte dal D. Lgs. n. 21 del 2014 in materia di "violazione dei diritti dei consumatori nei contratti", ha altresì prospettato di riformulare le clausole di cui agli art. 2 e 4 di entrambi i moduli contrattuali in esame, relative rispettivamente alla conclusione del contratto e al recesso, ancorché tali previsioni contrattuali non fossero oggetto della presente istruttoria.

In particolare, il professionista intende precisare, nelle nuove clausole di cui agli artt. 4 dei suddetti moduli, già nella rubrica degli articoli, la sfera di applicabilità del diritto di ripensamento ai contratti negoziati fuori dei locali commerciali e a distanza. L'esercizio del diritto di recesso viene disciplinato in ottemperanza con il dettato normativo vigente, con specifico riferimento alla previsione del termine di 14 giorni dalla conclusione del contratto entro cui inviare la comunicazione relativa all'esercizio del diritto di ripensamento, allegando al contratto il modulo-tipo per l'esercizio del recesso (cfr. art. 49, comma 1, lettera h) del Codice del Consumo) per i contratti negoziati fuori dai locali commerciali e a distanza. Inoltre, la differente fattispecie del recesso dell'Istituto, in base alla nuova formulazione proposta, viene disciplinata in disposizioni contrattuali separate.

---

*riserva la facoltà di modificare il corrispettivo in funzione del 100% della variazione dei prezzi al consumo così come rilevato nell'anno precedente dall'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati elaborato dall'Istituto nazionale di statistica. La variazione dei corrispettivi sarà comunicata dall'Istituto al consumatore mediante aggiornamento della pagina web appositamente predisposta.* [sottolineatura aggiunta].

<sup>13</sup> Secondo la nuova clausola identica in entrambi i moduli contrattuali, **Art. 12bis Aggiornamento canone in caso di proroga** della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi e **art. 13bis Aggiornamento canone in caso di proroga** della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici, *Alla data di termine contrattuale, in caso di rinnovo, l'Istituto si riserva peraltro la facoltà di modificare il corrispettivo in funzione di fattori obiettivi sopraggiunti che impattano sull'importo del canone (es. costi di carburante, costi del personale a seguito di modifica del CCNL di categoria, costi per le dotazioni utilizzate...). L'utente, laddove consumatore, avrà la facoltà di recedere dal contratto se il prezzo finale sarà ritenuto eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente pattuito.* [sottolineatura aggiunta].

Con riguardo alle clausole di cui agli artt. 2 dei moduli in questione, il professionista intende modificarne la formulazione, prevedendo di mantenere irrevocabile la proposta d'ordine per trenta giorni dalla sottoscrizione del consumatore, fatto salvo l'esercizio del diritto di ripensamento per i contratti negoziati a distanza o fuori dei locali commerciali, da esercitarsi entro 14 giorni dalla conclusione del contratto.

#### **IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

**27.** Le valutazioni che seguono hanno ad oggetto le clausole indicate al punto II del presente provvedimento che presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo. In sede di avvio del procedimento è stato indicato che, per le clausole riconducibili all'elenco di cui all'articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo, è prevista una presunzione legale di vessatorietà con contestuale richiamo dell'onere di fornire elementi tali da costituire prova contraria di detta presunzione.

**28.** Di seguito si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale rilevante, valutando anche le modifiche delle clausole che Corpo Vigili Giurati ha attuato secondo quanto prospettato nel corso del procedimento e, da ultimo, nella comunicazione del 3 dicembre 2014. Corpo Vigili Giurati ha, infatti, comunicato l'adozione dei nuovi moduli contrattuali, in sostituzione di quelli recanti le clausole oggetto di avvio di istruttoria, a far data dal 15 dicembre 2014.

##### ***A. Clausole che stabiliscono un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione***

**29.** Le clausole di cui all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "Durata", descritte al punto II del presente provvedimento, prevedono un termine per la disdetta di 180 giorni (sei mesi) prima della data di scadenza per evitare il rinnovo del contratto per un periodo di tempo pari alla durata del contratto originario che è triennale.

**30.** Pur considerando la specifica natura del servizio di vigilanza privata, che impone al professionista l'impiego di personale dedicato ad una prestazione periodica con una cadenza anche giornaliera, la previsione, nelle clausole predisposte dal professionista, di un termine di sei mesi per la disdetta rispetto alla scadenza del contratto al fine di evitare il rinnovo tacito appare principalmente dettata nell'interesse del professionista predisponente, non solo a meglio organizzare e programmare l'attività d'impresa, ma anche ad assicurarsi una base il più possibile stabile di clientela, rendendone più difficile la mobilità verso altri operatori. Dal lato del consumatore aderente, invece, un termine di sei mesi comporta l'onere di attivarsi ben prima del predetto termine, non solo per comunicare la disdetta, ma prima ancora per valutare la convenienza della prosecuzione del rapporto contrattuale in essere oltre alla sua scadenza, e, se del caso, per reperire altra impresa cui affidare il servizio di vigilanza privata valutando le offerte disponibili sul mercato.

**31.** Le condizioni contrattuali di fornitura predisposte da Corpo Vigili Giurati oggetto di istruttoria contemplano disposizioni che, nel loro complesso, hanno l'effetto di vincolare eccessivamente il consumatore all'operatore con cui ha sottoscritto il contratto originario. In particolare, la durata iniziale del contratto è di tre anni e la clausola di cui all'art. 3 prevede che il rinnovo tacito avvenga per un uguale periodo di tempo. Né si rinvergono previsioni contrattuali in grado di controbilanciare il meccanismo di rinnovo tacito ove non venga comunicata la disdetta nei sei mesi

antecedenti la data di scadenza, quale ad esempio la possibilità di recedere con congruo preavviso successivamente al tacito rinnovo, senza penali<sup>14</sup>.

**32.** Alla luce delle predette considerazioni, le previsioni contrattuali in esame integrano una fattispecie di cui agli articoli 33, commi 1 e 2, lettera i), del Codice del Consumo, in quanto stabiliscono un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare il tacito rinnovo.

**33.** Corpo Vigili Giurati ha rappresentato, nel corso del procedimento ed in particolare nella comunicazione del 3 dicembre 2014, di adottare una nuova versione delle clausole in esame che rimuove i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento nella misura in cui è stato indicato un termine sensibilmente più breve entro cui il consumatore può comunicare la disdetta (sessanta giorni).

Pertanto, le modifiche prospettate sono idonee a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento.

Ciò posto, la nuova versione delle clausole di cui agli artt. 3 dei moduli in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera i), del Codice del Consumo.

***B. Clausole volte a limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista e a sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova***

**B.1 La clausola relativa alla responsabilità per danni e al termine di decadenza per la segnalazione di disservizi da parte del cliente.**

**34.** Le clausole di cui all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*responsabilità per danni*", descritte al punto II del presente provvedimento, limitano, nella misura massima pari a tre mensilità, la responsabilità del professionista in ordine ai danni subiti dal cliente a seguito della variazione delle condizioni dallo stesso dichiarate, prevedendo altresì una manleva integrale a favore dell'Istituto nel caso di danni subiti dai terzi.

Sotto tale profilo, le predette previsioni contrattuali risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b), del Codice del Consumo, nella misura in cui escludono o limitano le azioni e i diritti dei consumatori nei confronti del professionista in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista.

<sup>14</sup> Sul punto, si vedano i provvedimenti adottati dall'Autorità nell'ambito dei servizi di vigilanza privata: provv. n. 24957 del 5 giugno 2014 caso CV/99 *Il Globo Vigilanza – contratti settore della vigilanza* in Boll. n. 27 del 7 luglio 2014; provv. n. 24958 del 5 giugno 2014 caso CV/100 *Securpol Group - contratti settore della vigilanza* in Boll. n. 27 del 7 luglio 2014; provv. n. 24959 del 5 giugno 2014 caso CV/101 *Sicuritalia - contratti settore della vigilanza* in Boll. n. 27 del 7 luglio 2014. Nei provvedimenti adottati nell'ambito dei servizi di fornitura e di manutenzione degli ascensori (Provv. n. 24540 del 9 ottobre 2013 caso CV/6 *Capozza - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24541 del 9 ottobre 2013, caso CV/44 *Monti Servizi Ascensori - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24542 del 9 ottobre 2013 CV/45 *Schindler - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24543 del 9 ottobre 2013, caso CV/46 *M.I.A. - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24544 del 9 ottobre 2013, caso CV/47 *KONE - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24545 del 9 ottobre 2013, caso CV/48 *CEAM - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24546 del 9 ottobre 2013, caso CV/49 *Thyssenkrupp - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24547 del 9 ottobre 2013, caso CV/50 *OTIS - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013), richiamando sul punto anche giurisprudenza di merito (cfr. Corte di Appello di Roma, Sez. II, sentenza del 7 maggio 2002, n.1780), essa ha considerato vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e 2, lettera i) del Codice del Consumo, le clausole che prevedevano un termine per comunicare la disdetta di 60 giorni prima della scadenza per i contratti di durata annuale e di 90 giorni per contratti di durata superiore ad un anno.

**35.** Inoltre, dalla mancata osservanza del termine stabilito per segnalare eventuali disservizi consegue la preclusione per il cliente di chiedere la risoluzione del contratto. In ragione della formulazione adottata, le clausole in esame individuano un'espressa ipotesi di preclusione di mezzi di prova o eccezioni che limita le possibilità del consumatore di dar prova dell'inadempimento del professionista. In tale prospettiva, rileva essenzialmente l'effetto decadenziale che discende dalle presenti clausole.

Pertanto, sotto tale profilo, le clausole in esame risultano vessatorie ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettera *t*), del Codice del Consumo, nella misura in cui introducono limitazioni alla facoltà del consumatore di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, nonché inversioni o modificazioni dell'onere della prova nei confronti del professionista.

**36.** Alla luce delle considerazioni svolte, le predette clausole sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b*) e *t*), del Codice del Consumo.

**37.** Corpo Vigili Giurati ha fatto presente, nel corso del procedimento ed in particolare nella comunicazione del 3 dicembre 2014, di procedere alla modifica delle clausole in esame, eliminando il riferimento al limite per il *quantum* risarcibile, nonché al regime di manleva a favore del professionista.

Inoltre, nelle nuove clausole è stato eliminato il riferimento alla decadenza dal potere del cliente-consumatore di sollevare eccezioni una volta decorso il termine indicato.

Pertanto, le modifiche prospettate sono idonee a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento.

Ciò posto, la nuova versione delle clausole in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettere *b*) e *t*), del Codice del Consumo.

## **B.2 La clausola in tema di responsabilità nelle ipotesi di sospensione del servizio.**

**38.** Le clausole di cui all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*sospensione del servizio*", descritte al punto II del presente provvedimento, prevedono la possibilità per il professionista di sospendere il servizio o di svolgerlo solo parzialmente "*senza darne avviso*" al cliente consumatore in casi di forza maggiore, per ordine dell'Autorità di Pubblica Sicurezza o per scioperi di categoria, escludendo la restituzione delle quote del servizio in corso.

Le predette previsioni contrattuali sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *t*), nella misura in cui precludono al consumatore la possibilità di opporre eccezioni, determinando pertanto uno squilibrio contrattuale. Tali clausole sono, inoltre, contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, nella misura in cui, non prevedendo - ove possibile - alcun tipo di informativa a vantaggio del cliente consumatore circa la possibilità che si verifichino cause di sospensione del servizio, sono carenti sotto il profilo della chiarezza, trasparenza e comprensibilità.

**39.** Alla luce delle considerazioni svolte, le predette clausole sono vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *t*) e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo.

**40.** Nel corso del procedimento, ed in particolare nella comunicazione del 3 dicembre 2014, Corpo Vigili Giurati ha rappresentato di riformulare la clausola in esame, prevedendo, in particolare, che il cliente-consumatore sia informato, tramite il sito *web* dell'Istituto, circa la sospensione dell'erogazione del servizio ove riconducibile a scioperi di categoria di cui il professionista sia venuto a conoscenza ed eliminando il precedente riferimento alla mancata restituzione delle quote del servizio in corso.

Pertanto, le modifiche prospettate sono idonee a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento.

Ciò posto, la nuova versione delle clausole in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettera *t*) e risulta conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo.

### ***C. Clausole in tema di indicizzazione del prezzo***

**41.** Le clausole di cui all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*termini di pagamento*", descritte al punto II del presente provvedimento, attribuiscono al professionista un'ampia facoltà di aggiornare annualmente i corrispettivi indicati nella proposta d'ordine e di modificare il corrispettivo in ragione di fattori obiettivi sopraggiunti, senza indicare con chiarezza i criteri dell'adeguamento, né contemplare la possibilità per il consumatore di recedere qualora ritenesse il prezzo finale, conseguente a tali aumenti/aggiornamenti, eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto.

Ciò posto, tali clausole sono vessatorie in base al combinato disposto degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o*), 34, comma 2, e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo<sup>15</sup>.

**42.** Nel corso del procedimento ed in particolare nella comunicazione del 3 dicembre 2014, Corpo Vigili Giurati ha comunicato di modificare le clausole in esame, introducendo in ciascuno dei due moduli contrattuali due disposizioni distinte: da un lato, nella nuova formulazione, l'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e l'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi sono volti a disciplinare i "*termini di pagamento*", facendo riferimento, in modo chiaro e comprensibile, all'adeguamento dei prezzi in ragione della variazione ISTAT di cui si prevede espressamente, oltre alla decorrenza (dalla scadenza contrattuale, in caso di rinnovo), la misura (pari al 100%), nonché l'indicazione in fattura dell'importo rivalutato.

Dall'altro, sono introdotte le nuove clausole, corrispondenti all'art. 13bis della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12bis della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, volte a disciplinare l'ipotesi di "*aggiornamento del canone in caso di proroga*", laddove il professionista si riserva la facoltà di modificare il corrispettivo in funzione di fattori obiettivi sopraggiunti, riconoscendo espressamente al cliente consumatore la facoltà di recedere dal contratto qualora ritenesse il prezzo finale eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente pattuito.

Ciò posto, la nuova versione delle clausole in esame è idonea a superare i profili di vessatorietà evidenziati ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o*), 34, comma 2 e risulta conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo.

### ***D. Clausole che impongono al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento e di risoluzione anticipata per qualsiasi causa, il pagamento di penali di importo manifestamente elevato.***

**43.** Le clausole di cui all'art. 14 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*risoluzione*", descritte al punto II del presente provvedimento, prevedono che, in caso di inadempimento del cliente, il professionista possa risolvere il contratto ed applicare al consumatore una penale (pari a 12 mensilità nel caso di servizi tecnologici e al 90% dei canoni mensili residui nel caso di servizi ispettivi), fatto salvo il maggior danno.

---

<sup>15</sup> Sulla rilevanza dei criteri di chiarezza e comprensibilità nell'ambito della disciplina delle clausole vessatorie si veda, da ultimo, la sentenza della Corte di Giustizia IV sezione del 30 aprile 2014, causa C-26/13, Árpád Kásler / OTP JelzálogbankZRT.

**44.** In proposito, si rileva che, trattandosi di un contratto di durata a prestazioni periodiche, in caso di risoluzione anticipata dello stesso - ancorché per inadempimento del consumatore - una parte, potenzialmente anche molto rilevante, delle prestazioni contrattuali non sarà eseguita affatto, proprio a causa dell'intervenuta cessazione del rapporto, essendo non di meno dovuto dal consumatore un ammontare che potrebbe anche corrispondere all'intero corrispettivo del servizio pattuito qualora, nel caso di penale pari a 12 mensilità, la risoluzione si verificasse nel corso dell'ultimo anno del periodo contrattuale, fatto salvo peraltro il maggior danno.

**45.** Sul punto, si richiama l'orientamento della Corte di Cassazione che ha considerato la previsione contrattuale dell'obbligo del consumatore, in caso di inadempimento, di pagare l'intero corrispettivo pattuito (o somma equivalente), come rientrante nella presunzione di vessatorietà della penali ai sensi dell'articolo 33, lettera f), del Codice del Consumo<sup>16</sup>.

Tali clausole risultano vessatorie ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera f), del Codice del Consumo, in quanto impongono al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo.

**46.** Nel corso del procedimento, ed in particolare nella comunicazione del 3 dicembre 2014, Corpo Vigili Giurati ha comunicato di apportare alle clausole in esame una modifica che appare idonea a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione in sede di avvio del presente procedimento nella misura in cui non è prevista una penale pari all'intero corrispettivo pattuito; né è fatta salva la richiesta di eventuali maggiori danni per il professionista, ad eccezione del caso di erogazione di servizi tecnologici in ragione delle peculiarità dell'oggetto del contratto. Nel solo caso di servizi tecnologici con fornitura dell'impianto di allarme in comodato, è prevista la restituzione del valore residuo dell'impianto al fine di tener conto dell'ammortamento dello stesso. Pertanto, le modifiche prospettate sono idonee a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento.

Ciò posto, la nuova versione delle clausole in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f), del Codice del Consumo.

**47.** Con riferimento alle modifiche apportate da Corpo Vigili Giurati alle clausole di cui agli art. 2 e 4 di entrambi i moduli contrattuali in esame, relative rispettivamente alla conclusione del contratto e al diritto di ripensamento del consumatore, esse sono da ritenersi coerenti con la disciplina del Codice del Consumo sia sotto il profilo delle clausole vessatorie, sia sotto il profilo della tutela dei diritti dei consumatori nei contratti introdotta dal D. Lgs. n. 21 del 2014.

RITENUTO che per le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento vige una presunzione legale di vessatorietà ex articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo e che Corpo Vigili Giurati non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo;

---

<sup>16</sup> Cfr. Cassazione civile sez. III, 3 novembre 2010, n. 22357, ove con riferimento ad un contratto di mediazione immobiliare ha rilevato che "se, invece, il rifiuto di concludere il contratto da parte di chi abbia conferito l'incarico tragga origine dalla sussistenza, originaria o sopravvenuta, di circostanze ostative alla conclusione stessa, di cui la stessa parte abbia omesso di informare il mediatore al momento del patto o cui abbia dato causa successivamente, sarebbe allora configurabile una sua responsabilità per violazione dei doveri di correttezza e buona fede di cui agli artt. 1175 e 1375 c.c.. In casi siffatti, la previsione dell'obbligo di pagare comunque la provvigione o somma equivalente integrerebbe una clausola penale e sarebbe dunque soggetta al diverso apprezzamento di cui all'art. 1469 bis c.c., comma 2, n. 6, (ora art. 33, comma 2, lett. f, del codice del consumo), concernente la presunzione di vessatorietà delle clausole che, in caso di inadempimento, prevedano il pagamento di una somma manifestamente eccessiva".

RITENUTO che le nuove clausole, contenute nei moduli contrattuali utilizzati da Corpo Vigili Giurati a partire dal 15 dicembre 2014, riformulate secondo la versione prodotta in atti, non risultano vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b), f), i), o) e t)*, 34, comma 2, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO che è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito dell'Autorità e di Corpo Vigili Giurati ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento; che appare congruo che la predetta pubblicazione sul sito di Corpo Vigili Giurati abbia la durata di dieci giorni consecutivi tenuto conto dell'avvenuta implementazione delle nuove clausole contrattuali nel corso del procedimento; e che non si ritengono, inoltre, sussistenti particolari elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

### DELIBERA

a) che le clausole di cui all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*durata*", della società Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i)*, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, disciplinanti la durata del contratto, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i)*, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che le clausole di cui all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*responsabilità per danni*", della società Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b)* e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, disciplinanti la responsabilità per danni, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b)* ed è conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che le clausole di cui di cui all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*sospensione del servizio*", della società Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *t)* e



risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, disciplinanti la sospensione del servizio, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *t*) ed è conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che le clausole di cui all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*termini di pagamento*", della società Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o*), 34, comma 2 e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*termini di pagamento*", nonché delle clausole di nuova introduzione di cui all'art. 13 *bis* della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 *bis* della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*aggiornamento canone in caso di proroga*", nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o*), 34, comma 2 ed è conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

i) che le clausole di cui all'art. 14 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*risoluzione*", della società Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *f*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

l) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 14 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*risoluzione*", nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *f*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione

#### DISPONE

a) che la società Corpo Vigili Giurati S.r.l. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato al presente provvedimento;

2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per dieci giorni consecutivi sulla *home page* del sito *www.gruppocvg.it* con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito *www.gruppocvg.it*;

c) la pubblicazione dovrà ricalcare in toto impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* di pubblicazione dell'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

Ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del parere stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

**CV113 - CORPO VIGILI GIURATI-CONTRATTI SERVIZI DI VIGILANZA**

*Allegato al provvedimento n. 25243*

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 19 dicembre 2014 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37 *bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 9 ottobre 2014, è stato avviato il procedimento CV113 – *Corpo Vigili Giurati - contratti servizi vigilanza* nei confronti della società Corpo Vigili Giurati S.p.a. (di seguito *Corpo Vigili Giurati*).

[OMISSIS]

Le clausole oggetto di istruttoria sono contenute nei moduli contrattuali denominati “*proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici*” e “*proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi*”, che *Corpo Vigili Giurati* utilizza per la fornitura del servizio di vigilanza destinato anche a clienti-consumatori.

In particolare costituiscono oggetto di valutazione ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo le clausole di seguito trascritte:

**“Proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici”**

**Art. 3 - Durata:** “*La durata del contratto è di 3 anni, decorrenti dalla data di inizio, salvi gli eventuali rinnovi successivi. [...] Il contratto s'intende tacitamente rinnovato per ulteriori periodi di 3 anni ciascuno, salvo che una delle Parti non comunichi formale disdetta all'altra, per mezzo di lettera raccomandata A/R, da spedirsi almeno 180 giorni prima della Data di Termine*”.

**Art. 8 - Responsabilità per danni:** “*La mancata comunicazione delle modifiche secondo i termini, le condizioni e le modalità indicate agli articoli 5), 6) e 7) determina l'esclusione di ogni responsabilità dell'Istituto per eventuali danni subiti dall'Utente anche a causa di inadempimenti connessi a tali cause. Inoltre, la mancata denuncia a mezzo raccomandata A/R anticipata via fax di qualsiasi disservizio entro 3 giorni dalla sua conoscenza preclude all'utente la risoluzione del Contratto e solleva l'Istituto da ogni responsabilità in ordine alle conseguenze del disservizio. L'Istituto, in caso di inadempimento ad esso esclusivamente imputabile, risponderà dei danni accertati in sede giudiziale nella misura massima equivalente a n° 3 mensilità. Nell'ipotesi di danni subiti da terzi nell'esecuzione del Servizio, gli stessi faranno carico in via esclusiva all'Utente, che sarà tenuto a manlevare integralmente l'Istituto, avendo l'Utente ritenuta corretta la ripartizione dei rischi e adeguata la corrispondente penale a carico dell'Istituto, in considerazione della natura e del costo del Servizio. L'Utente dà altresì atto che ciò è ritenuto essenziale e determinante ai fini dell'accettazione dell'incarico da parte dell'Istituto e si impegna a predisporre, pertanto, le opportune garanzie in ragione dei rischi connessi alla propria attività.*<sup>1</sup>”.

**Art. 9 - Sospensione del servizio:** “*L'Istituto si riserva il diritto di sospendere il Servizio o di svolgerlo solo parzialmente, senza darne avviso all'Utente, in casi di forza maggiore, per ordine dell'Autorità di Pubblica Sicurezza o per scioperi di categoria. In tali ipotesi, non restituirà le quote del Servizio in corso e non risponderà di alcun danno.*”

---

<sup>1</sup> Art. 5: variazioni delle condizioni dichiarate dall'Utente; art. 6: cambio di indirizzo; art. 7: cambio della ragione sociale, trasformazione, cessione dell'utente (ipotesi riferita all'utente non consumatore).

**Art. 13 - Termini di pagamento:** “I corrispettivi indicati nella PdO [proposta d’ordine] si intendono al netto di I.V.A. ed eventuali spese bancarie di incasso e potranno essere aggiornati annualmente secondo le modalità indicate nella proposta d’ordine stessa.[...] Alla Data di Termine contrattuale, in caso di rinnovo, l’Istituto si riserva la facoltà di modificare il corrispettivo in ragione di fattori obiettivi sopraggiunti”.

**Art. 14 - Risoluzione :** “Nel caso di inadempimento dell’Utente agli obblighi posti a suo carico dalla PdO [proposta d’ordine] o dalle presenti CoGe [condizioni generali], il Contratto si intenderà risolto di diritto per fatto e colpa dell’Utente con obbligo da parte del medesimo di pagare a titolo di penale una somma pari a 12 mensilità, fatto salvo espressamente il maggior danno. In caso di sospensione e/o revoca della licenza prefettizia, il Contratto si intenderà risolto di diritto per impossibilità sopravvenuta e non per colpa dell’Istituto e l’Utente nulla avrà a che pretendere in ragione di ciò”.

#### **“Proposta d’ordine per servizi di vigilanza ispettivi”**

**Art. 3 - Durata:** “La durata del contratto è di 3 anni, decorrenti dalla data di inizio, salvi gli eventuali rinnovi successivi. [...] Il Contratto s’intende tacitamente rinnovato per ulteriori periodi di 3 anni ciascuno, salvo che una delle Parti non comunichi formale disdetta all’altra, per mezzo di lettera raccomandata A/R, da spedirsi almeno 180 giorni prima della Data di Termine”.

**Art. 8 - Responsabilità per danni:** “La mancata comunicazione delle modifiche secondo i termini, le condizioni e le modalità indicate agli articoli 5), 6) e 7) determina l’esclusione di ogni responsabilità dell’Istituto per eventuali danni subiti dall’Utente anche a causa di inadempimenti connessi a tali cause. Inoltre, la mancata denuncia a mezzo raccomandata A/R anticipata via fax di qualsiasi disservizio entro 3 giorni dalla sua conoscenza preclude all’Utente la risoluzione del Contratto e solleva l’Istituto da ogni responsabilità in ordine alle conseguenze del disservizio. L’Istituto, in caso di inadempimento ad esso esclusivamente imputabile, risponderà dei danni accertati in sede giudiziale nella misura massima equivalente a n° 3 mensilità. Nell’ipotesi di danni subiti da terzi nell’esecuzione del Servizio, gli stessi faranno carico in via esclusiva all’Utente, che sarà tenuto a manlevare integralmente l’Istituto, avendo l’Utente ritenuta corretta la ripartizione dei rischi e adeguata la corrispondente penale a carico dell’Istituto, in considerazione della natura e del costo del Servizio. L’Utente dà altresì atto che ciò è ritenuto essenziale e determinante ai fini dell’accettazione dell’incarico da parte dell’Istituto e si impegna a predisporre, pertanto, le opportune garanzie in ragione dei rischi connessi alla propria attività.<sup>2</sup>”.

**Art. 9 - Sospensione del servizio:** “L’Istituto si riserva il diritto di sospendere il Servizio o di svolgerlo solo parzialmente, senza darne avviso all’Utente, in casi di forza maggiore, per ordine dell’Autorità di Pubblica Sicurezza o per scioperi di categoria. In tali ipotesi, non restituirà le quote del Servizio in corso e non risponderà di alcun danno.”

**Art. 12 - Termini di pagamento:** “I corrispettivi indicati nella PdO [proposta d’ordine] si intendono al netto di I.V.A. ed eventuali spese bancarie di incasso e potranno essere aggiornati annualmente secondo le modalità indicate nella PdO stessa.[...] Alla Data di Termine contrattuale, in caso di rinnovo, l’Istituto si riserva la facoltà di modificare il corrispettivo in ragione di fattori obiettivi sopraggiunti”.

---

<sup>2</sup> Art. 5: variazioni delle condizioni dichiarate dall’Utente; art. 6: cambio di indirizzo; art. 7: cambio della ragione sociale, trasformazione, cessione dell’utente (ipotesi riferita all’utente non consumatore).

**Art. 13 - Risoluzione:** “Nel caso di inadempimento dell’Utente agli obblighi posti a suo carico dalla PdO [proposta d’ordine] o dalle presenti CoGe [condizioni generali], il Contratto si intenderà risolto di diritto per fatto e colpa dell’Utente con obbligo da parte del medesimo di pagare a titolo di penale una somma pari al 90% dei canoni mensili residui (con un minimo pari a 3 mensilità), fatto salvo espressamente il maggior danno. In caso di sospensione e/o revoca della licenza prefettizia, il Contratto si intenderà risolto di diritto per impossibilità sopravvenuta e non per colpa dell’Istituto e l’Utente nulla avrà a che pretendere in ragione di ciò”.

Tali clausole possono avere per oggetto o per effetto di:

- stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare il tacito rinnovo;
- limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all’adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell’onere della prova;
- imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell’adempimento e di risoluzione anticipata per qualsiasi causa, il pagamento di penali di importo manifestamente eccessivo;
- determinare, in generale, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

Oggetto di valutazione sono, altresì, le clausole di indicizzazione del prezzo che, da un lato, consentono al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto e, dall’altro, non appaiono redatte in modo chiaro e comprensibile.

[OMISSIS]

Di seguito si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale rilevante, valutando anche le modifiche delle clausole che Corpo Vigili Giurati ha apportato, secondo quanto rappresentato e documentato nel corso del procedimento e, in particolare, nella comunicazione del 3 dicembre 2014.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo;

RITENUTO che le nuove clausole, contenute nei moduli contrattuali utilizzati da Corpo Vigili Giurati a partire dal 15 dicembre 2014, riformulate secondo la versione prodotta in atti, non risultano vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b)*, *f)*, *i)*, *o)* e *t)*, 34, comma 2, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

[OMISSIS]

## DELIBERA

a) che le clausole di cui all’art. 3 della proposta d’ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all’art. 3 della proposta d’ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate “durata”, di Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i)*, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 3 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, disciplinanti la durata del contratto, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera i), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che le clausole di cui all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*responsabilità per danni*", di Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b) e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 8 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, disciplinanti la responsabilità per danni, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b) ed è conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che le clausole di cui all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*sospensione del servizio*", di Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera t) e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 9 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, disciplinanti la sospensione del servizio, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera t) ed è conforme all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che le clausole di cui all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*termini di pagamento*", di Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera o), 34, comma 2 e risultano contrarie all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che la nuova formulazione delle clausole di cui all'art. 13 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 della proposta d'ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate "*termini di pagamento*", nonché delle clausole di nuova introduzione di cui all'art. 13 bis della proposta d'ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all'art. 12 bis della proposta d'ordine per

servizi di vigilanza ispettivi, rubricate “*aggiornamento canone in caso di proroga*”, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o*), 34, comma 2 ed è conforme all’articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

i) che le clausole di cui all’art. 14 della proposta d’ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all’art. 13 della proposta d’ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate “*risoluzione*”, di Corpo Vigili Giurati S.r.l., descritte al punto II del presente provvedimento, integrano una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lettera *f*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

l) che la nuova formulazione delle clausole di cui all’art. 14 della proposta d’ordine per servizi di vigilanza tecnologici e all’art. 13 della proposta d’ordine per servizi di vigilanza ispettivi, rubricate “*risoluzione*”, nella versione prodotta in atti con comunicazione del 3 dicembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell’articolo 33, commi 1 e 2, lettera *f*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione.

[OMISSIS]

---

**CV114 - I PRETORIANI-CONTRATTI SERVIZI DI VIGILANZA**

*Provvedimento n. 25244*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte III, Titolo I del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014 e pubblicato in G.U. del 30 giugno 2014, n. 149;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. LE PARTI**

1. I Pretoriani S.r.l. (di seguito, I Pretoriani), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 3 del Codice del Consumo. La società I Pretoriani è attiva nella fornitura di servizi di vigilanza privata. Rientrano in tale attività la vigilanza e la custodia di beni mobili o immobili, che non implicano l'esercizio di pubbliche funzioni o lo svolgimento di attività che disposizioni di legge o di regolamento riservano agli organi di polizia.

2. FEDERCONSUMATORI La Spezia - iscritta nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti ai sensi dell'art. 137 del Codice del Consumo, in qualità di segnalante.

**II. LE CLAUSOLE OGGETTO DI VALUTAZIONE**

3. Le clausole oggetto di istruttoria sono contenute nel modello contrattuale denominato "*Contratto/Ordine di fattura all'istituto di vigilanza*" che il professionista utilizza per la fornitura del servizio di vigilanza destinato a clienti-consumatori<sup>1</sup>.

Tale modulo è formato da una parte contenente il conferimento dell'incarico da parte del cliente all'istituto e dalle condizioni generali del contratto.

4. Costituiscono oggetto della presente valutazione le clausole contenute nel predetto modello contrattuale e di seguito trascritte:

*"Art. 4 - Durata del contratto e tacito rinnovo - Il presente contratto di fornitura di servizi avrà la durata di tre anni, salvo deroghe speciali da annotarsi sullo stesso, trascorsi i quali sarà automaticamente e tacitamente rinnovato per altri tre anni e così via, salvo che una delle parti comunichi all'altra disdetta scritta, da far pervenire a mezzo di raccomandata A. R. e da inviarsi con un preavviso di sei mesi rispetto alla scadenza".*

---

<sup>1</sup> Il professionista in questione utilizza il medesimo modello contrattuale anche per l'acquisizione di clientela *business*, nonché nei casi in cui, oltre ai servizi di vigilanza, fornisca anche l'apparato radio-allarme che "*ove necessario*" viene installato nei locali del cliente.

Si rammenta che, in ogni caso, ai fini della presente valutazione, assumono rilevanza i soli modelli contrattuali utilizzati dal professionista con i consumatori persone fisiche o soggetti agli stessi assimilabili, quali i condomini composti da consumatori.



5. “**Art. 7 - Ripartizione dei rischi e penale per eventuali danni** - L’Istituto non risponde in alcun modo di eventuali furti, danni o altri sinistri. L’abbonato dichiara di sollevare sin d’ora l’Istituto da qualsivoglia responsabilità in tal senso. Nel caso l’abbonato fornisca la prova della negligenza dell’Istituto, quest’ultimo sarà tenuto a corrispondere la penale fissa di una mensilità di canone o di una giornata per i servizi di piantonamento fisso. L’abbonato ritiene equa la ripartizione dei rischi, nonché la penale a carico dell’Istituto, il committente rinuncia sin d’ora ad ogni ulteriore pretesa assumendosi in proprio il rischio di eventuali esborsi anche nei confronti di terzi”.
6. “**Art. 8 - Contestazioni da parte dell’abbonato** - L’abbonato è obbligato a segnalare entro e non oltre 24 ore dall’avvenuta irregolarità, con lettera raccomandata, qualsiasi deficienza o irregolarità del servizio, impegnandosi comunque a non sospendere i pagamenti. In mancanza il servizio si intenderà regolarmente svolto e l’Istituto sarà sollevato da ogni responsabilità con preclusione per l’abbonato della richiesta di risoluzione contrattuale per inadempimento”.
7. “**Art. 10 - Revisione dei prezzi** - Il canone convenuto sarà passibile di proporzionale aumento ogni qualvolta il costo del personale dipendente subirà aumenti per accordi sindacali o per disposizioni di legge. Per i servizi con vigile fisso la variazione di ogni punto dell’indennità di contingenza comporterà la variazione (in più o in meno) di Euro orarie sul canone stabilito all’atto della stipulazione dell’incarico. L’abbonato si dichiara sin d’ora disponibile ad accettare gli eventuali aumenti in tal senso. L’aumento del canone è altresì previsto prendendo come riferimento l’indice ISTAT di aumento dei prezzi al consumo”.
8. “**Art. 13 - Inadempimento e clausola risolutiva espressa** - Nel caso di mancato pagamento anche di 1 solo canone l’Istituto di vigilanza si riserva la facoltà di risolvere immediatamente il servizio ai sensi di cui all’art. 1456 c.c. mediante comunicazione con lettera raccomandata. In ogni caso l’abbonato sarà tenuto a versare una penale per inadempimento pari a 24 mensilità, dovendo altresì corrispondere gli interessi ad un tasso doppio rispetto a quello legale con decorrenza dalla morosità”.
9. “**Art. 14 - Sospensione del servizio** - L’Istituto di vigilanza potrà, a suo esclusivo giudizio, non dare inizio al servizio ovvero sospenderlo temporaneamente o definitivamente, in ogni momento, per ragioni tecniche, economiche o di forza maggiore, e rimarrà sollevata da ogni responsabilità per eventuali danni che comunque ne derivassero”.
10. “**Art. 15 - Diritto di recesso** - Ai sensi e per gli effetti di cui al D.L. 15/01/1992, n. 50, art. 4, l’abbonato che intenda esercitare il diritto di recesso deve inviare all’istituto di vigilanza, presso la sede legale, comunicazione a mezzo di lettera raccomandata con avviso di ricevimento nel termine di giorni 7 decorrenti dalla data di sottoscrizione dell’abbonamento”.
11. “**Art. 18 - Foro competente** - Per ogni controversia si dichiara competente il Foro del Tribunale di Massa Carrara”.
12. “**Art. 19 - Clausola di non concorrenza** - Il cliente si impegna sin d’ora a non concludere, con uno dei nostri ex dipendenti e qualunque sia la qualità per la quale esso agisce, contratti simili per oggetto alla presente convenzione. E’ ugualmente vietato concludere un tale contratto con ogni società o impresa nelle quali ogni nostro ex dipendente dovesse essere collaboratore, dirigente, socio, amministratore. E’ infine vietato concludere tali contratti con ogni società nell’ambito delle quali uno dei nostri ex dipendenti dovesse ricoprire mansioni simili o superiori a quelle che esercitava nell’ambito della nostra società. Tali divieti spiegheranno i loro effetti per l’intera durata del presente contratto, qualunque sia il motivo di detta finalità. Il cliente, in caso di inosservanza della presente clausola, sarà tenuto a corrispondere una indennità forfettaria equivalente alla somma fatturatagli nel corso degli ultimi tre anni a partire in ogni caso da un minimo di € 4.000.00”.

**13.** Tali clausole possono avere per oggetto o per effetto di:

- stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare il tacito rinnovo;
- limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova;
- imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento e di risoluzione anticipata per qualsiasi causa, il pagamento di penali di importo manifestamente eccessivo;
- determinare, in generale, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

**14.** Oggetto di valutazione sono, altresì, le clausole di indicizzazione del prezzo che, da un lato, consentono al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto e, dall'altro, non appaiono redatte in modo chiaro e comprensibile.

### **III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE**

#### ***a) L'iter del procedimento***

##### **a.1) Attività preistruttoria e avvio del procedimento**

**15.** Secondo le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione dell'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo, e in particolare sulla base della segnalazione di FEDERCONSUMATORI - La Spezia del 29 aprile 2014<sup>2</sup>, nonché delle informazioni e della documentazione contrattuale fornite da I Pretoriani in data 28 maggio 2014<sup>3</sup> in risposta ad una richiesta di informazioni del 27 maggio 2014<sup>4</sup>, il 9 ottobre 2014 è stato avviato il procedimento *CV114 – I Pretoriani - Contratti servizi di vigilanza* nei confronti di I Pretoriani.

**16.** Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato rappresentato a I Pretoriani che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, in sé o in collegamento tra loro, tenuto conto delle altre clausole contrattuali, avrebbero potuto essere vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b), d), f), i), o), t) e u)* e comma 6, e 35, comma 1, del Codice del Consumo in quanto tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

##### **a.2) Il procedimento**

**17.** Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, è stata formulata, ai sensi dell'articolo 12, comma 1 del Regolamento, una richiesta di informazioni a I Pretoriani, chiedendo altresì elementi tali da superare la presunzione di vessatorietà di cui all'articolo 33, comma 2, lettere *b), d), f), i), o), t) e u)*, del Codice del Consumo.

**18.** Informata l'Autorità nella sua adunanza dell'8 ottobre 2014, ai sensi dell'art. 21, comma 6, del Regolamento, in data 9 ottobre 2014, è stata disposta la consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo tramite la pubblicazione di un comunicato sul sito istituzionale dell'Autorità. Nell'ambito della consultazione, sono pervenute le osservazioni di

---

<sup>2</sup> Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.

<sup>3</sup> Cfr. doc. n. 5.

<sup>4</sup> Cfr. doc. n. 3.

FEDERCONSUMATORI - La Spezia, in data 22 ottobre 2014<sup>5</sup> e del CODACONS, in data 7 novembre 2014<sup>6</sup>.

**19.** In data 20 ottobre 2014<sup>7</sup> è pervenuta la memoria de I Pretoriani con le informazioni richieste nella comunicazione di avvio.

**20.** In data 21 novembre 2014 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

**21.** In pari data, il 21 novembre 2014, la Parte ha fatto pervenire note conclusive<sup>8</sup>.

***b) Gli esiti della consultazione sul sito internet dell'Autorità***

**22.** Nel corso della consultazione, in data 22 ottobre 2014, FEDERCONSUMATORI - La Spezia ha rilevato la vessatorietà delle clausole oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento, sottolineando in particolare come, a suo parere, le clausole del professionista in tema di rinnovo tacito del contratto, di ripartizione dei rischi, di contestazioni da parte dell'abbonato e di sospensione del servizio “*tendono a rendere incontrollabile la controprestazione del professionista*”, frapponendo oneri probatori difficilmente superabili da parte del consumatore.

**23.** In data 7 novembre 2014, anche il CODACONS - Coordinamento delle associazioni per la difesa dell'ambiente e dei diritti degli utenti e consumatori ha rilevato la vessatorietà delle clausole oggetto di contestazione, ritenendole tutte in contrasto, in ragione della formulazione delle stesse, con gli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo.

***c) Le argomentazioni svolte da I Pretoriani e gli elementi forniti dal professionista nel corso del procedimento***

**24.** La società I Pretoriani è attiva nelle province di Massa Carrara e La Spezia.

Il professionista offre ai clienti-consumatori due tipologie di servizi di vigilanza: teleallarme e videosorveglianza, nella maggioranza dei casi, e servizio ispettivo con autovettura collegata alla centrale operativa, in un numero più contenuto di casi. In particolare, il professionista ha sottolineato che l'attività di teleallarme implica, a suo carico, spese anche significative per l'installazione dell'impianto tecnologico e richiede, pertanto, un piano di ammortamento dei costi in ragione del quale andrebbero apprezzate in particolare le clausole aventi ad oggetto la durata del contratto e le penali in caso di inadempimento.

**25.** Nel merito della valutazione delle singole clausole interessate dalla comunicazione di avvio del procedimento del 9 ottobre 2014, I Pretoriani ha svolto considerazioni volte a giustificare la *ratio* del loro inserimento nel modulo, nonché del contenuto delle stesse, negandone il carattere vessatorio. I Pretoriani ha tuttavia prospettato la modifica del contenuto di dette clausole al fine di eliminare i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella predetta comunicazione di avvio, precisando, nella nota conclusiva del 21 novembre 2014, che tali modifiche sono introdotte nei nuovi modelli contrattuali a partire dal 1° dicembre 2014.

**26.** Passando alla disamina delle singole clausole interessate dal procedimento, per quanto concerne la clausola di cui all'art. 4, rubricata “*Durata del contratto e tacito rinnovo*”, I Pretoriani ha sostanzialmente osservato che essa si giustifica in ragione delle esigenze strutturali, organizzative e finanziarie che l'azienda deve soddisfare per poter erogare il servizio, con

---

<sup>5</sup> Doc. n. 9.

<sup>6</sup> Doc. n. 10.

<sup>7</sup> Doc. n. 8.

<sup>8</sup> Doc. n. 12.

particolare riferimento alla gestione del personale e dei mezzi di trasporto necessari, nonché ai piani di recupero dei costi.

**27.** Nel corso del procedimento, con memoria del 20 ottobre 2014, integrata dalla nota del 21 novembre 2014, I Pretoriani ha rappresentato di voler modificare la clausola in esame, prevedendo un termine per la disdetta pari a due mesi ed il rinnovo tacito per due anni<sup>9</sup>.

**28.** Con riguardo alla clausola di cui all'art. 7, rubricata "*Ripartizione dei rischi e penale per eventuali danni*", I Pretoriani ha rappresentato che l'istituto di vigilanza è tenuto ad eseguire un'obbligazione di mezzi e non di risultato, mettendo in evidenza la necessità di accertare l'esistenza di un nesso di causalità tra le modalità di espletamento del servizio e l'evento furto o danno che si sia prodotto a carico del cliente.

**29.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha prospettato una modifica della clausola in esame, facendo esplicitamente salva l'ipotesi di propria responsabilità per dolo o colpa grave e prevedendo, nelle ipotesi diverse da dolo e colpa grave, un *quantum* al danno risarcibile<sup>10</sup>.

**30.** Con riguardo alla clausola di cui all'art. 8, rubricata "*Contestazioni da parte dell'abbonato*", I Pretoriani ha sottolineato che il termine di 24 ore per denunciare eventuali irregolarità si giustifica in considerazione dell'interesse dello stesso cliente di consentire all'Istituto di vigilanza di accertare tempestivamente eventuali irregolarità e adottare, se del caso, eventuali procedimenti disciplinari nei confronti dei propri dipendenti.

**31.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha prospettato una nuova versione della clausola in esame, in cui è inserito un termine più lungo per far valere i reclami (pari a 72 ore) ed è stato eliminato il riferimento alla "*preclusione per l'abbonato della richiesta di risoluzione contrattuale per inadempienza*" prima ricollegata al mancato rispetto del termine<sup>11</sup>.

**32.** In merito alla clausola di cui all'art. 10, rubricata "*revisione dei prezzi*", I Pretoriani tiene a sottolineare la necessità di prevedere incrementi del canone convenuto al fine di garantire la piena copertura dei costi legati all'attività d'impresa.

**33.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha prospettato di modificare la clausola in esame, facendo esclusivo riferimento agli adeguamenti di prezzi collegati alla variazione dell'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e di impiegati ISTAT, precisando sia la decorrenza (dal secondo anno di esecuzione del contratto) sia la misura (pari al 100%) del suddetto adeguamento<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> Secondo la nuova clausola: **Art. 4 - Durata del contratto, tacito rinnovo e disdetta** - *Il presente contratto di fornitura di servizi avrà la durata di 3 anni, salvo diverso accordo tra le parti espressamente annotato e sottoscritto sullo stesso. Alla scadenza, il contratto di intenderà tacitamente rinnovato per anni 2 e così di seguito, salvo che una delle parti comunichi all'altra formale disdetta da far pervenire a mezzo di raccomandata a/r o email PEC con preavviso da inviarsi 60 giorni prima della scadenza* [sottolineatura aggiunta].

<sup>10</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 7 Furti, danni e sinistri. Responsabilità** a) *L'Istituto si obbliga a svolgere i servizi oggetto del contratto secondo correttezza e diligenza, senza garanzia di risultato, in termini di assoluta protezione da eventi di furto, danneggiamento, rapina o qualsiasi altro sinistro od evento dannoso per il Cliente rispetto agli obiettivi vigilati* [sottolineatura aggiunta]. *Salvo dolo o colpa grave,* [sottolineatura aggiunta] *l'Istituto risponderà dei danni subiti dal Cliente nel caso in cui sussiste un nesso causale diretto tra l'inadempimento contrattuale causato da comprovata negligenza dell'Istituto, l'evento occorso al cliente ed i relativi danni, nel limite di una penale pari alla metà del valore del contratto sottoscritto fra le parti [...]* [sottolineatura aggiunta].

<sup>11</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 8 Reclami** *L'irregolarità o la sussistenza di un disservizio debbono essere tempestivamente comunicate alla direzione dell'Istituto per iscritto, tramite fax e/o email pec, entro le 72 ore dal verificarsi dell'evento ovvero dall'avvenuta scoperta se successiva a detto termine, per consentire all'istituto di verificare la sussistenza o meno del disservizio e le ragioni dello stesso, mediante acquisizione di ulteriori informazioni dal proprio personale. [...]* [sottolineatura aggiunta].

<sup>12</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 10 Revisione prezzi** *Il canone convenuto potrà essere passibile di aumento nel caso di variazione dell'Indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e di impiegati elaborato dall'Istituto nazionale di Statistica (ISTAT) a decorrere dal secondo anno di esecuzione del contratto e per un ammontare pari al 100% della*

**34.** Con riguardo alla clausola di cui all'art. 13, rubricata "*inadempimento e clausola risolutiva espressa*", I Pretoriani ha dichiarato che il mancato pagamento anche di un solo canone da parte del cliente può incidere notevolmente sull'andamento economico dell'impresa in considerazione delle piccole dimensioni della stessa.

**35.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha prospettato una nuova versione della clausola in esame, in virtù della quale il professionista, prima di avvalersi della facoltà di risolvere il contratto ai sensi dell'art. 1456 del Codice civile, provvede ad inviare al cliente una comunicazione di diffida ad adempiere "*entro 15 giorni dal ricevimento della stessa a mezzo raccomandata r.r.*". Nei casi di inadempimento del cliente, è prevista una penale commisurata al 30% dell'importo dei canoni ancora a scadere. Nel caso in cui il professionista abbia fornito anche l'impianto di allarme, si prevede che, in caso di inadempimento del cliente-consumatore, questi sia tenuto a pagare l'intero corrispettivo soltanto per il primo periodo contrattuale, in ragione della necessità di ammortizzare i costi dell'impianto<sup>13</sup>.

**36.** Per quanto concerne la clausola di cui all'art. 14, rubricata "*sospensione del servizio*", I Pretoriani ha genericamente negato la vessatorietà della disposizione in questione in considerazione della peculiarità della natura degli istituti di vigilanza. Tali professionisti, pur svolgendo attività d'impresa commerciale, risultano soggetti ad una particolare disciplina, attesa la necessità dell'autorizzazione della Prefettura territorialmente competente ai sensi degli artt. 134 e ss. TULPS e l'applicabilità delle relative disposizioni ministeriali.

**37.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha prospettato una nuova versione della clausola in esame, in base alla quale l'Istituto, pur potendo sospendere l'attività di vigilanza, garantisce comunque i servizi essenziali anche in caso di sopravvenute ragioni tecniche e/o amministrative determinate da eventi di forza maggiore. Inoltre, il professionista prevede una informativa, a vantaggio del cliente, circa la sospensione dell'erogazione del servizio<sup>14</sup>.

**38.** Per quanto concerne la clausola di cui all'art. 15, rubricata "*diritto di recesso*", I Pretoriani si è limitata a far presente che il modulo contrattuale faceva riferimento alla disciplina del Codice del Consumo previgente la novella legislativa di cui al D. Lgs. n. 21/2014.

**39.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha prospettato di riformulare la clausola in esame, precisando, già nella rubrica dell'articolo, la sfera di applicabilità del diritto di ripensamento ai contratti conclusi a distanza e fuori dei locali commerciali. Nella nuova clausola, l'esercizio del diritto di recesso viene disciplinato in ottemperanza con il dettato normativo vigente, con specifico

---

variazione. L'istituto procederà a comunicare anche a mezzo fax l'intervenuta variazione e le motivazioni della stessa.  
[sottolineatura aggiunta].

<sup>13</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 13 Inadempimento e clausola risolutiva espressa**, *Nel caso di mancato pagamento anche di un (1) solo canone, l'Istituto di vigilanza, previa comunicazione di diffida ad adempiere entro 15 giorni dal ricevimento della stessa a mezzo di raccomandata r.r., avrà la facoltà di risolvere il contratto ai sensi dell'art. 1456 c.c.. Nel caso di risoluzione del contratto per inadempimento del cliente : Nell'ipotesi in cui oltre ad essere prestato il servizio di vigilanza l'Istituto ha fornito anche l'impianto di allarme, il Cliente, inadempiente ai sensi del primo comma, dovrà versare a titolo di penale l'ammontare pari all'intero corrispettivo residuo al primo periodo contrattuale. Qualora detto inadempimento si verifichi nei periodi successivi al rinnovo tacito del contratto di cui all'art. 4) del presente contratto, la penale sarà commisurata al 30% dell'importo dei canoni ancora a scadere. Tale ultima penale sarà applicata anche nell'ipotesi effettuati senza la fornitura dell'impianto di allarme [...].*[sottolineatura aggiunta].

<sup>14</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 14 Sospensione del servizio**, *l'Istituto di vigilanza potrà sospendere l'erogazione del servizio, garantendo comunque i servizi essenziali (centrale di ascolto e di pronto intervento), qualora sopravvengano ragioni tecniche e/o amministrative determinate da eventi di forza maggiore; quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: interruzioni improvvise dell'erogazione dell'energia e/o dei servizi di telecomunicazioni, calamità naturali, provvedimenti dell'autorità ed interruzioni arbitrarie, in quanto violative delle norme che le disciplinano, dei servizi da parte del personale dipendente (cd. sciopero a sorpresa etc). Tranne i casi nei quali risulta oggettivamente impossibile per calamità naturali o di forza maggiore, l'Istituto procederà a comunicare anche a mezzo raccomandata a/r, fax o email la sospensione dell'erogazione del servizio, indicandone anche sinteticamente i motivi della stessa. Nelle previste circostanze di forza maggiore l'Istituto non risponderà degli eventuali danni a persone e/o cose* [sottolineatura aggiunta].

riferimento alla previsione del termine di 14 giorni dalla sottoscrizione del contratto entro cui inviare la comunicazione relativa all'esercizio del diritto di ripensamento, allegando al contratto il modulo-tipo per l'esercizio del recesso (cfr. art. 49, comma 1, lettera h), del Codice del Consumo)<sup>15</sup>.

**40.** Con riguardo alla clausola di cui all'art. 18, rubricata "*foro competente*", I Pretoriani ha fatto presente che, in concreto, la maggior parte della clientela risiede nella stesso ambito territoriale in cui ha sede l'Istituto di Vigilanza.

**41.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha rappresentato di modificare la clausola in esame, facendo riferimento al luogo di residenza del consumatore o al luogo ove questi abbia eletto il proprio domicilio<sup>16</sup>.

**42.** In ordine alla clausola di cui all'art. 19, rubricata "*clausola di non concorrenza*", I Pretoriani ha affermato che, nella prassi commerciale del settore, non sono infrequenti comportamenti di palese concorrenza sleale tra imprese ai quali la clausola in esame intende porre un argine.

**43.** Nel corso del procedimento, tuttavia, I Pretoriani ha dichiarato di voler eliminare del tutto la clausola in esame dal proprio modulo contrattuale.

#### IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

**44.** Le valutazioni che seguono hanno ad oggetto le clausole indicate al punto II del presente provvedimento che presentano profili di vessatorietà ai sensi della disciplina di cui agli articoli 33 e ss. del Codice del Consumo. In sede di avvio del procedimento è stato indicato che, per le clausole riconducibili all'elenco di cui all'articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo, è prevista una presunzione legale di vessatorietà con contestuale richiamo dell'onere di fornire elementi tali da costituire prova contraria di detta presunzione.

**45.** Di seguito si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale rilevante, valutando anche le modifiche delle clausole che I Pretoriani intende attuare secondo quanto prospettato nel corso del procedimento e, da ultimo, nella memoria del 21 novembre 2014. I Pretoriani ha, infatti, comunicato l'adozione dei nuovi moduli contrattuali, in sostituzione di quelli recanti le clausole oggetto di avvio di istruttoria, a far data dal 1° dicembre 2014.

##### ***A. Clausole che stabiliscono un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione***

**46.** La clausola di cui all'art. 4 del contratto/ordine di fattura dell'istituto di vigilanza, denominata "*Durata del contratto e tacito rinnovo*", descritta al punto II del presente provvedimento, prevede un termine per la disdetta pari a sei mesi prima della data di scadenza per evitare il rinnovo del contratto per un periodo di tempo pari alla durata del contratto originario che è triennale.

**47.** Pur considerando la specifica natura del servizio di vigilanza privata, che impone al professionista l'impiego di personale dedicato ad una prestazione periodica con una cadenza anche

<sup>15</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 15 Diritto di recesso (limitato ai soli contratti conclusi a distanza e conclusi fuori dai locali commerciali)** *Ai sensi e per gli effetti di cui al decreto legislativo n. 21/2014, che ha novellato l'art. 52 del cd. Codice del Consumo, il cliente che intende esercitare il diritto di recesso, limitatamente ai soli contratti conclusi a distanza o conclusi fuori dai locali commerciali, deve inviare all'Istituto di vigilanza presso la sede legale comunicazione a mezzo di raccomandata a/r, fax o email PEC nel termine di giorni 14 decorrenti dalla data di sottoscrizione del contratto. Ai sensi e per gli effetti di cui al decreto legislativo n. 21/2014 che ha novellato l'art. 49, comma 1, lettera h) del cd. Codice del Consumo, si allega pertanto modulo per eventuale recesso.* [sottolineatura aggiunta].

<sup>16</sup> Secondo la nuova clausola, **Art. 18 Foro competente:** *a) per i consumatori: per qualsivoglia controversia relativa alla interpretazione, esecuzione e regolamentazione del rapporto contrattuale la competenza è devoluta al giudice del luogo di residenza del Cliente o del luogo ove questi ha eletto domicilio; b) [...]* [sottolineatura aggiunta].

giornaliera, la previsione, nelle clausole predisposte dal professionista, di un termine di preavviso di sei mesi per la disdetta rispetto alla scadenza del contratto al fine di evitare il rinnovo tacito appare principalmente dettata nell'interesse del professionista predisponente, non solo a meglio organizzare e programmare l'attività d'impresa, ma anche ad assicurarsi una base il più possibile stabile di clientela, rendendone più difficile la mobilità verso altri operatori. Dal lato del consumatore aderente, invece, un termine di sei mesi comporta l'onere di attivarsi ben prima del predetto termine, non solo per comunicare la disdetta, ma prima ancora per valutare la convenienza della prosecuzione del rapporto contrattuale in essere oltre alla sua scadenza, e, se del caso, per reperire altra impresa cui affidare il servizio di vigilanza privata valutando le offerte disponibili sul mercato.

**48.** Le condizioni contrattuali di fornitura predisposte da I Pretoriani oggetto di istruttoria contemplano disposizioni che, nel loro complesso, hanno l'effetto di vincolare eccessivamente il consumatore all'operatore con cui ha sottoscritto il contratto originario. In particolare, la durata iniziale del contratto è di tre anni e la clausola di cui all'art. 4 prevede che il rinnovo tacito avvenga per un uguale periodo di tempo. Né si rinvergono previsioni contrattuali in grado di controbilanciare il meccanismo di rinnovo tacito ove non venga comunicata la disdetta nei sei mesi antecedenti la data di scadenza, quale ad esempio la possibilità di recedere con congruo preavviso successivamente al tacito rinnovo, senza penali<sup>17</sup>.

**49.** Alla luce delle predette considerazioni, la previsione contrattuale in esame integra una fattispecie di cui agli articoli 33, commi 1 e 2, lettera i) del Codice del Consumo, in quanto stabilisce un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare il tacito rinnovo.

**50.** I Pretoriani ha rappresentato, nel corso del procedimento, di adottare una nuova versione della clausola in esame che rimuove i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento nella misura in cui è stato indicato un termine sensibilmente più breve entro cui il consumatore può comunicare la disdetta (sessanta giorni); è stato anche ridotto da tre anni a due il periodo di rinnovo del contratto. Pertanto, sono rimossi i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento. Ciò posto, la nuova versione della clausola di cui all'art. 4 del modulo in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera i), del Codice del Consumo.

***B. Clausole volte a limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista e a sancire a carico del***

---

<sup>17</sup> Sul punto, si vedano i provvedimenti adottati dall'Autorità nell'ambito dei servizi di vigilanza privata: provv. n. 24957 del 5 giugno 2014 caso CV/99 *Il Globo Vigilanza – contratti settore della vigilanza* in Boll. n. 27 del 7 luglio 2014; provv. n. 24958 del 5 giugno 2014 caso CV/100 *Securpol Group - contratti settore della vigilanza* in Boll. n. 27 del 7 luglio 2014; provv. n. 24959 del 5 giugno 2014 caso CV/101 *Sicuritalia - contratti settore della vigilanza* in Boll. n. 27 del 7 luglio 2014. Nei provvedimenti adottati nell'ambito dei servizi di fornitura e di manutenzione degli ascensori (Provv. n. 24540 del 9 ottobre 2013 caso CV/6 *Capozza - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24541 del 9 ottobre 2013, caso CV/44 *Monti Servizi Ascensori - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24542 del 9 ottobre 2013 CV/45 *Schindler - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24543 del 9 ottobre 2013, caso CV/46 *M.I.A. - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24544 del 9 ottobre 2013, caso CV/47 *KONE - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24545 del 9 ottobre 2013, caso CV/48 *CEAM - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24546 del 9 ottobre 2013, caso CV/49 *Thyssenkrupp - Contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013; Provv. n. 24547 del 9 ottobre 2013, caso CV/50 *OTIS - contratti di vendita e manutenzione ascensori*, in Boll. n. 43/2013), richiamando sul punto anche giurisprudenza di merito (cfr. Corte di Appello di Roma, Sez. II, sentenza del 7 maggio 2002, n.1780), essa ha considerato vessatorie ai sensi dell'articolo 33, comma 1 e 2, lettera i) del Codice del Consumo, le clausole che prevedevano un termine per comunicare la disdetta di 60 giorni prima della scadenza per i contratti di durata annuale e di 90 giorni per contratti di durata superiore ad un anno.

*consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova*

**B.1 La clausola relativa alla ripartizione dei rischi e penale per eventuali danni**

51. La clausola di cui all'art. 7 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, descritta al punto II del presente provvedimento, esclude in modo perentorio e generalizzato la responsabilità de I Pretoriani per furti, danni o altri sinistri, stabilendo un limite (pari ad un mese di canone o ad una giornata per i servizi di piantonamento fisso) al *quantum* risarcibile da parte del professionista nel caso in cui il cliente dia prova della negligenza del professionista stesso.

52. Pertanto, la predetta previsione contrattuale risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b*) del Codice del Consumo, nella misura in cui esclude o limita le azioni e i diritti dei consumatori nei confronti del professionista in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista.

53. L'argomentazione de I Pretoriani circa la particolare natura della prestazione offerta appare inconferente. Infatti, non è in discussione la natura - di mezzi e non di risultato - della prestazione, né i parametri per valutare il corretto adempimento da parte del professionista quanto piuttosto alcune formulazioni della clausola volte ad escludere o limitare la responsabilità del professionista, peraltro in modo poco chiaro.

54. I Pretoriani ha fatto presente, nel corso del procedimento, di procedere alla modifica della clausola in esame, non prevedendo alcun esonero di responsabilità nelle ipotesi di dolo o colpa grave del professionista. Inoltre, in relazione alle sole ipotesi diverse dal dolo e dalla colpa grave, viene previsto un limite al *quantum* risarcibile.

Tenuto conto della natura dell'attività svolta, le modifiche prospettate sono idonee a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento. Ciò posto, la nuova versione della clausola in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettera *b*), del Codice del Consumo.

**B.2 La clausola relativa al termine di decadenza per le contestazioni da parte dell'abbonato**

55. La clausola di cui all'art. 8 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, descritta al punto II del presente provvedimento, indica un termine esiguo (24 ore) entro cui segnalare eventuali irregolarità o deficienze del servizio al decorso del quale viene ricollegato un espresso effetto di preclusione per il consumatore circa la possibilità di richiedere la risoluzione contrattuale per inadempimento, ritenendosi il professionista sollevato da ogni responsabilità. Al mancato rispetto del predetto termine, consegue altresì un'esclusione generalizzata di responsabilità per il professionista. Sotto tale profilo, pertanto, la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettera *b*), del Codice del Consumo.

Inoltre, per la sua formulazione, la clausola individua un'espressa ipotesi di preclusione della possibilità del consumatore di dar prova dell'inadempimento del professionista. In tale prospettiva, rileva, oltre alla limitatezza dell'arco temporale entro cui far valere un reclamo, soprattutto l'effetto decadenziale che discende dalla presente clausola. Sotto tale profilo, pertanto, la clausola in esame risulta vessatoria ai sensi dell'art. 33, commi 1 e 2, lettera *t*), del Codice del Consumo, nella misura in cui introduce limitazioni alla facoltà del consumatore di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, nonché inversioni o modificazioni dell'onere della prova nei confronti del professionista.

56. Alla luce delle considerazioni svolte, la predetta clausola è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b*) e *t*), del Codice del Consumo.



57. I Pretoriani ha comunicato, nel corso del procedimento, di riformulare la clausola nel senso di ampliare il termine per comunicare eventuali reclami a 72 ore e di eliminare il riferimento all'effetto decadenziale a carico del cliente, rimuovendo i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento. Ciò posto, la nuova versione della clausola in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b)* e *t)*, del Codice del Consumo.

### **B.3 La clausola in tema di responsabilità nelle ipotesi di sospensione del servizio.**

58. La clausola di cui all'art. 14 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, denominata "*sospensione del servizio*", descritta al punto II del presente provvedimento, esclude la responsabilità de I Pretoriani per eventuali danni che derivassero dalla mancata attivazione del servizio o dalla sospensione discrezionalmente decisa dallo stesso professionista.

Pertanto, la predetta previsione contrattuale risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b)* e *d)*, del Codice del Consumo, nella misura in cui esclude o limita le azioni e i diritti dei consumatori nei confronti del professionista in caso di inadempimento e prevede un impegno definitivo del consumatore, mentre l'esecuzione del professionista è subordinata ad una condizione il cui adempimento dipende unicamente dalla volontà di quest'ultimo.

59. Alla luce delle considerazioni svolte, la predetta clausola è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b)* e *d)*, del Codice del Consumo.

60. Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha rappresentato di riformulare la clausola in esame, eliminando l'ipotesi di mancata attivazione del servizio "*a suo esclusivo giudizio*", nonché prevedendo che in ogni caso siano erogati i servizi essenziali e che il cliente-consumatore sia informato circa la sospensione dell'erogazione del servizio.

Pertanto, tenuto conto della natura dell'attività svolta, sono rimossi i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio. Ciò posto, la nuova versione della clausola in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b)* e *d)*, del Codice del Consumo.

### **C. Clausole in tema di indicizzazione del prezzo**

61. La clausola di cui all'art. 10 del contratto di vigilanza attribuisce al professionista la facoltà di aumentare i canoni in ragione di accordi sindacali o per disposizioni di legge, nonché in base alle variazioni dell'indice ISTAT, senza indicare con chiarezza né il criterio dell'adeguamento, né il periodo a partire dal quale tale facoltà potrebbe essere esercitata.

Ciò posto, tale clausola è vessatoria in base al combinato disposto degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o)*; nonché, con specifico riferimento all'indice ISTAT, in base all'art. 33, commi 1 e 6, e 35, comma 1, del Codice del Consumo, in quanto le modalità di variazione del prezzo nelle ipotesi di sua indicizzazione non appaiono descritte in modo chiaro e comprensibile<sup>18</sup>.

62. I Pretoriani, nel corso del procedimento, ha comunicato di modificare la clausola in esame, facendo esclusivamente riferimento all'adeguamento dei prezzi in ragione della variazione ISTAT, precisando la decorrenza, nonché la misura della variazione stessa. Sono, pertanto, da ritenersi rimossi i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento. Ciò posto, la nuova versione della clausola in esame è idonea a superare i profili di vessatorietà evidenziati ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettera *o)*, comma 6, e 35, comma 1, del Codice del Consumo.

---

<sup>18</sup> Sulla rilevanza dei criteri di chiarezza e comprensibilità nell'ambito della disciplina delle clausole vessatorie si veda, da ultimo, la sentenza della Corte di Giustizia IV sezione del 30 aprile 2014, causa C-26/13, Árpád Kásler / OTP JelzálogbankZRT.

***D. Clausole che impongono al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento e di risoluzione anticipata per qualsiasi causa, il pagamento di penali di importo manifestamente elevato.***

**63.** La clausola di cui all'art. 13 descritta al punto II del presente provvedimento prevede che, in caso di mancato pagamento anche di un solo canone, l'istituto possa risolvere il contratto e che il consumatore sia tenuto a versare una penale per inadempimento pari a 24 mensilità.

**64.** In proposito, si rileva che, trattandosi di un contratto di durata a prestazioni periodiche, in caso di risoluzione anticipata dello stesso - ancorché per inadempimento del consumatore - una parte, potenzialmente anche molto rilevante, delle prestazioni contrattuali non sarà eseguita affatto, proprio a causa dell'intervenuta cessazione del rapporto, essendo non di meno dovuto dal consumatore un ammontare pari a 24 mensilità che, qualora la risoluzione subentrasse negli ultimi due anni della durata contrattuale, corrisponderebbe all'intero corrispettivo dovuto.

**65.** Sul punto, si richiama un orientamento della Corte di Cassazione che ha considerato la previsione contrattuale dell'obbligo del consumatore, in caso di inadempimento, di pagare l'intero corrispettivo pattuito (o somma equivalente), come rientrante nella presunzione di vessatorietà della penali ai sensi dell'articolo 33, lettera *f*), del Codice del Consumo<sup>19</sup>. Pertanto, tale clausola è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *f*) del Codice del Consumo, in quanto impone al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell'adempimento, il pagamento di una somma di denaro a titolo di risarcimento, clausola penale o altro titolo equivalente d'importo manifestamente eccessivo.

Inoltre, tale clausola, non prevedendo una previa comunicazione al consumatore, preclude allo stesso la possibilità di provare il corretto adempimento della propria obbligazione. Per tale profilo, la clausola in esame è vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *t*), del Codice del Consumo, nella misura in cui prevede a carico del consumatore limitazioni della facoltà di opporre eccezioni e all'adduzione di prove.

**66.** Alla luce delle considerazioni svolte, la predetta clausola integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo.

**67.** Nel corso del procedimento, I Pretoriani ha comunicato di apportare alla clausola in esame una modifica che appare idonea a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento nella misura in cui la penale pari all'intero corrispettivo pattuito è prevista soltanto per la risoluzione per inadempimento o ritardo nell'adempimento del cliente-consumatore che si verifichi durante il primo periodo contrattuale e limitatamente all'ipotesi in cui sia stato fornito dal professionista anche l'impianto di allarme, al fine di tener conto dell'ammortamento dello stesso.

Pertanto, verranno rimossi i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del presente procedimento.

Ciò posto, la nuova versione della clausola in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo.

---

<sup>19</sup> Cfr. Cassazione civile sez. III, 3 novembre 2010, n. 22357, ove con riferimento ad un contratto di mediazione immobiliare ha rilevato che "se, invece, il rifiuto di concludere il contratto da parte di chi abbia conferito l'incarico tragga origine dalla sussistenza, originaria o sopravvenuta, di circostanze ostative alla conclusione stessa, di cui la stessa parte abbia omesso di informare il mediatore al momento del patto o cui abbia dato causa successivamente, sarebbe allora configurabile una sua responsabilità per violazione dei doveri di correttezza e buona fede di cui agli artt. 1175 e 1375 c.c.. In casi siffatti, la previsione dell'obbligo di pagare comunque la provvigione o somma equivalente integrerebbe una clausola penale e sarebbe dunque soggetta al diverso apprezzamento di cui all'art. 1469 bis c.c., comma 2, n. 6, (ora art. 33, comma 2, lett. *f*, del codice del consumo), concernente la presunzione di vessatorietà delle clausole che, in caso di inadempimento, prevedano il pagamento di una somma manifestamente eccessiva".

### ***E. Clausola relativa al diritto di ripensamento***

**68.** La clausola di cui all'articolo 15 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, descritta al punto II del presente provvedimento, relativa al diritto di recesso, inteso quale diritto di ripensamento a favore del consumatore, prevede un termine pari a sette giorni per l'esercizio di tale facoltà, più breve del termine di quattordici giorni indicato dal Codice del Consumo, nella versione sia antecedente che successiva all'entrata in vigore del D. Lgs. del 21 febbraio 2014 n.21 di recepimento della Direttiva 83/2011/UE sui diritti dei consumatori (c.d. "*Direttiva Consumer Rights*"). In considerazione della previsione di un termine inferiore a quello previsto dalla predetta normativa, la clausola in esame è idonea a determinare un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto laddove esso venga concluso a distanza o al di fuori dei locali commerciali, in violazione dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo.

**69.** Alla luce delle considerazioni svolte, la predetta clausola è vessatoria ai sensi dell'art. 33, comma 1, del Codice del Consumo.

**70.** I Pretoriani ha prospettato la riformulazione della clausola nel senso di prevedere un termine di quattordici giorni dalla conclusione del contratto per esercitare il diritto di recesso, nonché la possibilità per il cliente-consumatore di utilizzare, per esercitare la facoltà di ripensamento, il modulo allegato, conformemente a quanto indicato rispettivamente nell'art. 52, comma 1, e nell'art. 49, comma 1, lettera *h*), del Codice del Consumo, così come novellato dal D. Lgs. del 21 febbraio 2014, n.21 per i contratti conclusi dopo il 13 giugno 2014.

Pertanto, la nuova clausola rimuove i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio del procedimento.

Ciò posto, la nuova versione della clausola in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo.

### ***F. Clausole che impongono come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore***

**71.** Per quanto riguarda la clausola di cui all'art. 18 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, descritta al punto II del presente provvedimento, che stabiliscono come foro esclusivo quello della sede del professionista invece del foro del consumatore, si osserva che l'art. 33, comma 2, lettera *u*) prevede una presunzione di vessatorietà di siffatte clausole come da costante giurisprudenza<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Sulla vessatorietà della clausola in esame si richiama l'orientamento consolidato della Suprema Corte secondo cui, nelle controversie tra consumatore e professionista, la disciplina in tema di clausole vessatorie prevede la competenza territoriale esclusiva del giudice del luogo in cui il consumatore ha la residenza o il domicilio elettivo, presumendo vessatoria la clausola che indichi una diversa località quale sede del foro competente, anche ove sia coincidente con uno di quelli individuabili sulla base del funzionamento dei vari criteri di collegamento stabiliti dal codice di rito per le controversie nascenti dal contratto. Cfr. tra l'altro, Cass. ordinanza del 5 agosto 2005, n. 16574; Cass. ordinanza del 6 settembre 2007, n.18743; Cass. civ. Ordinanza, 26 settembre 2008, n. 24262; Cass. sentenza del 26 aprile 2010, n. 9922, Cass. Civ. sentenza del 13 agosto 2010, n. 18672; Cass. Civ. Ordinanza, 20 agosto 2010, n. 18785. Ed ancora Cassazione civile sez. II, del 10 giugno 2011, n. 12872 ove si legge che "*La disposizione dettata dall'art. 1469 bis, comma 3, numero 19, c.c. (...) si interpreta nel senso che il legislatore, nelle controversie tra consumatore e professionista, ha stabilito la competenza territoriale esclusiva del giudice del luogo in cui il consumatore ha la residenza o il domicilio elettivo, presumendo vessatoria la clausola che preveda una diversa località come sede del foro competente; tale criterio, che implica il superamento dei fori alternativi di cui all'art. 20 c.p.c. (...)*". Per quanto concerne l'orientamento del giudice comunitario, si richiama la giurisprudenza della Corte di Giustizia europea e, in particolare, la sentenza CGCE del 27 giugno 2000, Océano Grupo Editorial SA/Rocío Murciano Quintero + altri, in causa C-240/98 e C-244/98, secondo cui la disposizione contrattuale che attribuisce, per tutte le controversie derivanti dal contratto, la competenza al giudice del foro in cui si trova la sede del professionista, impone "*al consumatore l'obbligo di assoggettarsi alla competenza esclusiva di un tribunale che può essere lontano dal suo domicilio, il che può rendergli più difficoltosa la comparizione in giudizio. Nel caso di controversie di valore limitato, le spese di comparizione del consumatore potrebbero risultare dissuasive e indurlo a rinunziare a qualsiasi azione o difesa. Siffatta clausola rientra pertanto nella categoria di quelle che hanno lo scopo o l'effetto di sopprimere o limitare l'esercizio di azioni legali da parte del consumatore, categoria contemplata al punto 1,*

**72.** Il contenuto della clausola in esame è, pertanto, vessatorio in quanto rientra nella fattispecie di cui alla lettera *u*), del comma 2 dell'articolo 33 del Codice del Consumo, laddove indica in via esclusiva come competente il foro della sede del professionista.

**73.** I Pretoriani ha comunicato di apportare alla predetta clausola una modifica che appare idonea a rimuovere i profili di vessatorietà oggetto di contestazione nella comunicazione di avvio nella misura in cui - per i clienti consumatori - viene indicato come competente il giudice del luogo di residenza del cliente-consumatore o del luogo ove questi abbia eletto il proprio domicilio.

Pertanto, la nuova versione della clausola in esame non integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 2, lettera *u*), del Codice del Consumo.

#### **G. Clausola di non concorrenza**

**74.** La clausola di cui all'art. 19 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza vincola il cliente nell'esercizio della propria libertà contrattuale, dal momento che lo impegna a non concludere contratti simili a quello in essere con I Pretoriani con imprese nelle quali prestino la propria attività lavorativa a qualunque titolo (collaboratore, dirigente, addetto a mansioni analoghe) ex dipendenti de I Pretoriani o ex soci o amministratori. Dall'inosservanza di tale limite discende l'applicazione di penali di rilevante ammontare. Tale previsione contrattuale determina dunque una significativa ed ingiustificata restrizione alla libertà contrattuale del cliente-consumatore nei rapporti con imprese terze, concorrenti (attuali o potenziali), prevedendo inoltre l'applicazione di una penale di importo manifestamente eccessivo.

Tale clausola, pertanto, è vessatoria in base al combinato disposto degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *f*) e *t*).

**75.** Avendo I Pretoriani, nel corso del procedimento, comunicato di eliminare la clausola in esame, sono da ritenersi rimossi i profili di vessatorietà oggetto del presente procedimento.

Ciò posto, l'eliminazione della clausola in esame è idonea a superare i profili di vessatorietà evidenziati ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo.

RITENUTO che per le clausole oggetto della comunicazione di avvio del procedimento vige una presunzione legale di vessatorietà *ex* articolo 33, comma 2, del Codice del Consumo e che I Pretoriani non ha fornito elementi pienamente sufficienti per superare tale presunzione;

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo;

RITENUTO che le nuove clausole, contenute nel modulo contrattuale utilizzato da I Pretoriani a partire dal 1° dicembre 2014, riformulate secondo la versione prodotta in atti, non risultano vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b*), *d*), *f*), *i*), *o*), *t*) e *u*) e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

RITENUTO che è dovuta la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento per informare compiutamente i consumatori della vessatorietà delle clausole oggetto della presente valutazione sul sito dell'Autorità e de I Pretoriani ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento; che appare congruo che la predetta pubblicazione sul sito di I Pretoriani abbia la durata di dieci giorni consecutivi tenuto conto dell'avvenuta implementazione delle nuove clausole contrattuali nel corso del procedimento; e che

---

*lett. q), dell'allegato della direttiva [93/13/CEE]*". Ed ancora CGCE, in causa C-169/05, secondo cui "Il sistema di tutela istituito dalla direttiva [93/13/CEE] è fondato sull'idea che il consumatore si trovi in una situazione di inferiorità rispetto al professionista per quanto riguarda sia il potere nelle trattative che il grado di informazione, situazione che lo induce ad aderire alle condizioni predisposte dal professionista senza poter incidere sul contenuto delle stesse".

non si ritengono, inoltre, sussistenti particolari elementi di fatto e di diritto per disporre ulteriori misure di informazione dei consumatori;

#### DELIBERA

a) che la clausola di cui all'art. 4 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*durata del contratto e tacito rinnovo*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 4 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante la durata del contratto, il tacito rinnovo e la disdetta, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola di cui all'art. 7 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*Ripartizione dei rischi e penale per eventuali danni*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b*) del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 7 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante la responsabilità nei casi di furti, danni e sinistri, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b*) del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che la clausola di cui all'art. 8 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*Contestazioni da parte dell'abbonato*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b*) e *t*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 8 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante i reclami, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b*) e *t*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che la clausola di cui all'art. 10 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*revisione dei prezzi*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *o*), comma 6 e risulta contraria all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 10 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante la revisione dei prezzi, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera o), comma 6 e non risulta contraria all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

i) che la clausola di cui all'art. 13 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*inadempimento e clausola risolutiva espressa*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

l) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 13 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, recante la disciplina dell'inadempimento, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

m) che la clausola di cui all'art. 14 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*sospensione del servizio*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b) e d), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

n) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 14 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante la sospensione del servizio, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b) e d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

o) che la clausola di cui all'art. 15 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*diritto di recesso*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

p) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 15 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante il diritto di recesso limitato ai contratti conclusi a distanza e conclusi fuori dai locali commerciali, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

q) che la clausola di cui all'art. 18 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*foro competente*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera u), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

r) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 18 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, disciplinante l'individuazione del foro competente in caso di controversie, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi

dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *u*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

s) che la clausola di cui all'art. 19 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza* della società I Pretoriani S.r.l., rubricata "*clausola di non concorrenza*", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

t) che la soppressione della clausola di cui all'art. 19 del *contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza*, secondo il nuovo modulo contrattuale prodotto in atti con memoria del 21 novembre 2014, rimuove i profili di vessatorietà rilevati ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *f*) e *t*), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

#### DISPONE

a) che la società I Pretoriani S.r.l. pubblici, a sua cura e spese, un estratto del provvedimento ai sensi dell'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo e dell'articolo 21, comma 8, del Regolamento, secondo le seguenti modalità:

- 1) il testo dell'estratto del provvedimento è quello riportato nell'allegato al presente provvedimento;
- 2) il testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere pubblicato per dieci giorni consecutivi sulla *home page* del sito *www.ipretoriani.it* con adeguata evidenza grafica, entro venti giorni dalla comunicazione dell'adozione del presente provvedimento;

b) che la pubblicazione del testo dell'estratto del provvedimento dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia del predetto estratto così come pubblicata sulla *home page* del sito *www.ipretoriani.it*;

c) la pubblicazione dovrà ricalcare in toto impostazione, struttura e aspetto dell'estratto allegato al presente provvedimento; le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina del sito *internet* di pubblicazione dell'estratto, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato.

Ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza l'Autorità applica una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 euro a 50.000 euro.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 4, e dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione dello stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art.8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del parere stesso.

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

L'estratto del provvedimento è altresì pubblicato, entro venti giorni dalla comunicazione della sua adozione, in apposita sezione del sito *internet* istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*



**CV114 - I PRETORIANI-CONTRATTI SERVIZI DI VIGILANZA**

*Allegato al provvedimento n. 25244*

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 19 dicembre 2014 in materia di tutela amministrativa contro le clausole vessatorie *ex* articolo 37 *bis* del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

In data 9 ottobre 2014, è stato avviato il procedimento CV114 – *I Pretoriani - contratti servizi vigilanza* nei confronti della società I Pretoriani S.r.l. (di seguito I Pretoriani).

[OMISSIS]

Le clausole oggetto di istruttoria sono contenute nel modulo contrattuale denominato “*Contratto/Ordine di fattura all’istituto di vigilanza*” che I Pretoriani utilizza per la fornitura del servizio di vigilanza destinato a clienti-consumatori.

In particolare costituiscono oggetto di valutazione ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo le clausole di seguito trascritte:

**“Art. 4 - Durata del contratto e tacito rinnovo** - *Il presente contratto di fornitura di servizi avrà la durata di tre anni, salvo deroghe speciali da annotarsi sullo stesso, trascorsi i quali sarà automaticamente e tacitamente rinnovato per altri tre anni e così via, salvo che una delle parti comunichi all’altra disdetta scritta, da far pervenire a mezzo di raccomandata A. R. e da inviarsi con un preavviso di sei mesi rispetto alla scadenza ”.*

**“Art. 7 - Ripartizione dei rischi e penale per eventuali danni** - *L’Istituto non risponde in alcun modo di eventuali furti, danni o altri sinistri. L’abbonato dichiara di sollevare sin d’ora l’Istituto da qualsivoglia responsabilità in tal senso. Nel caso l’abbonato fornisca la prova della negligenza dell’Istituto, quest’ultimo sarà tenuto a corrispondere la penale fissa di una mensilità di canone o di una giornata per i servizi di piantonamento fisso. L’abbonato ritiene equa la ripartizione dei rischi, nonché la penale a carico dell’Istituto, il committente rinuncia sin d’ora ad ogni ulteriore pretesa assumendosi in proprio il rischio di eventuali esborsi anche nei confronti di terzi ”.*

**“Art. 8 - Contestazioni da parte dell’abbonato** - *L’abbonato è obbligato a segnalare entro e non oltre 24 ore dall’avvenuta irregolarità, con lettera raccomandata, qualsiasi deficienza o irregolarità del servizio, impegnandosi comunque a non sospendere i pagamenti. In mancanza il servizio si intenderà regolarmente svolto e l’Istituto sarà sollevato da ogni responsabilità con preclusione per l’abbonato della richiesta di risoluzione contrattuale per inadempienza ”.*

**“Art. 10 - Revisione dei prezzi** - *Il canone convenuto sarà passibile di proporzionale aumento ogni qualvolta il costo del personale dipendente subirà aumenti per accordi sindacali o per disposizioni di legge. Per i servizi con vigile fisso la variazione di ogni punto dell’indennità di contingenza comporterà la variazione (in più o in meno) di Euro orarie sul canone stabilito all’atto della stipulazione dell’incarico. L’abbonato si dichiara sin d’ora disponibile ad accettare gli eventuali aumenti in tal senso. L’aumento del canone è altresì previsto prendendo come riferimento l’indice ISTAT di aumento dei prezzi al consumo”.*

**“Art. 13 - Inadempimento e clausola risolutiva espressa** - *Nel caso di mancato pagamento anche di 1 solo canone l’Istituto di vigilanza si riserva la facoltà di risolvere immediatamente il servizio ai sensi di cui all’art. 1456 c.c. mediante comunicazione con lettera raccomandata. In ogni caso l’abbonato sarà tenuto a versare una penale per inadempimento pari a 24 mensilità, dovendo altresì corrispondere gli interessi ad un tasso doppio rispetto a quello legale con decorrenza dalla morosità”.*

**“Art. 14 - Sospensione del servizio** - *L’Istituto di vigilanza potrà, a suo esclusivo giudizio, non dare inizio al servizio ovvero sospenderlo temporaneamente o definitivamente, in ogni momento, per ragioni tecniche, economiche o di forza maggiore, e rimarrà sollevata da ogni responsabilità per eventuali danni che comunque ne derivassero”*.

**“Art. 15 - Diritto di recesso** - *Ai sensi e per gli effetti di cui al D.L. 15/01/1992, n. 50, art. 4, l’abbonato che intenda esercitare il diritto di recesso deve inviare all’istituto di vigilanza, presso la sede legale, comunicazione a mezzo di lettera raccomandata con avviso di ricevimento nel termine di giorni 7 decorrenti dalla data di sottoscrizione dell’abbonamento”*.

**“Art. 18 - Foro competente** - *Per ogni controversia si dichiara competente il Foro del Tribunale di Massa Carrara”*.

**“Art. 19 - Clausola di non concorrenza** - *Il cliente si impegna sin d’ora a non concludere, con uno dei nostri ex dipendenti e qualunque sia la qualità per la quale esso agisce, contratti simili per oggetto alla presente convenzione. E’ ugualmente vietato concludere un tale contratto con ogni società o impresa nelle quali ogni nostro ex dipendente dovesse essere collaboratore, dirigente, socio, amministratore. E’ infine vietato concludere tali contratti con ogni società nell’ambito delle quali uno dei nostri ex dipendenti dovesse ricoprire mansioni simili o superiori a quelle che esercitava nell’ambito della nostra società. Tali divieti spiegheranno i loro effetti per l’intera durata del presente contratto, qualunque sia il motivo di detta finalità. Il cliente, in caso di inosservanza della presente clausola, sarà tenuto a corrispondere una indennità forfettaria equivalente alla somma fatturatagli nel corso degli ultimi tre anni a partire in ogni caso da un minimo di € 4.000.00”*.

Tali clausole possono avere per oggetto o per effetto di:

- stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta al fine di evitare il tacito rinnovo;
- limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista;
- sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all’adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell’onere della prova;
- imporre al consumatore, in caso di inadempimento o di ritardo nell’adempimento e di risoluzione anticipata per qualsiasi causa, il pagamento di penali di importo manifestamente eccessivo;
- determinare, in generale, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

Oggetto di valutazione sono, altresì, le clausole di indicizzazione del prezzo che, da un lato, consentono al professionista di aumentare il prezzo del bene o del servizio senza che il consumatore possa recedere se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto e, dall’altro, non appaiono redatte in modo chiaro e comprensibile.

[OMISSIS]

Di seguito si procede alla valutazione dei singoli profili di vessatorietà per ciascuna disposizione contrattuale rilevante, valutando anche le modifiche delle clausole che I Pretoriani ha apportato, secondo quanto rappresentato e documentato nel corso del procedimento e, in particolare, nella memoria del 21 novembre 2014.

[OMISSIS]

RITENUTO, in particolare, sulla base delle considerazioni suesposte, che le clausole descritte al punto II del presente provvedimento, sono vessatorie ai sensi degli articoli 33 e seguenti del Codice del Consumo;

RITENUTO che le nuove clausole, contenute nel modulo contrattuale utilizzato da I Pretoriani a partire dal 1° dicembre 2014, riformulate secondo la versione prodotta in atti, non risultano vessatorie ai sensi degli articoli 33, commi 1 e 2, lettere *b), d), f), i), o), t) e u)*, e 35, comma 1, del Codice del Consumo;

[OMISSIS]

#### DELIBERA

a) che la clausola di cui all'art. 4 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "durata del contratto e tacito rinnovo", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i)*, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

b) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 4 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante la durata del contratto, il tacito rinnovo e la disdetta, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *i)*, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

c) che la clausola di cui all'art. 7 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "Ripartizione dei rischi e penale per eventuali danni", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b)* del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

d) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 7 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante la responsabilità nei casi di furti, danni e sinistri, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera *b)* del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

e) che la clausola di cui all'art. 8 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "Contestazioni da parte dell'abbonato", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b) e t)*, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

f) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 8 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante i reclami, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere *b) e t)*, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

g) che la clausola di cui all'art. 10 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "revisione dei prezzi", descritta al punto II del presente provvedimento,

integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera o), comma 6 e risulta contraria all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

h) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 10 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante la revisione dei prezzi, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera o), comma 6 e non risulta contraria all'articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

i) che la clausola di cui all'art. 13 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "inadempimento e clausola risolutiva espressa", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

l) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 13 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, recante la disciplina dell'inadempimento, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

m) che la clausola di cui all'art. 14 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "sospensione del servizio", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere b) e d), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

n) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 14 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante la sospensione del servizio, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera b) e d), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

o) che la clausola di cui all'art. 15 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "diritto di recesso", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

p) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 15 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante il diritto di recesso limitato ai contratti conclusi a distanza e conclusi fuori dai locali commerciali, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, comma 1, del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

q) che la clausola di cui all'art. 18 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "foro competente", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera u), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

r) che la nuova formulazione della clausola di cui all'art. 18 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, disciplinante l'individuazione del foro competente in caso di controversie, nella versione prodotta in atti con memoria del 21 novembre 2014, non risulta vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettera u), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

s) che la clausola di cui all'art. 19 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza de I Pretoriani S.r.l., rubricata "clausola di non concorrenza", descritta al punto II del presente provvedimento, integra una fattispecie di clausola vessatoria ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

t) che la soppressione della clausola di cui all'art. 19 del contratto/ordine di fattura all'istituto di vigilanza, secondo il nuovo modulo contrattuale prodotto in atti con memoria del 21 novembre 2014, rimuove i profili di vessatorietà rilevati ai sensi dell'articolo 33, commi 1 e 2, lettere f) e t), del Codice del Consumo per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione;

*[OMISSIS]*

---

## VARIE

### **BILANCIO DI PREVISIONE PER L'ANNO FINANZIARIO 2015**

*Provvedimento n. 25253*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 26 novembre 2014;

VISTO il comma 7 dell'articolo 10 della legge 10 ottobre 1990, n.287;

VISTI gli articoli 4 e 9 del regolamento concernente la disciplina dell'autonomia contabile dell'Autorità entrato in vigore il 1° marzo 2000, così come modificati ed integrati dalla delibera dell'Autorità del 12 dicembre 2002;

VISTO il comma 1 dell'articolo 5-bis, del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, nel testo integrato dalla legge di conversione 24 marzo 2012, n. 27, che ha aggiunto il comma 7-ter all'art. 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale all'onere derivante dal funzionamento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato si provvede mediante un contributo di importo pari allo 0,08 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro;

VISTA la delibera dell'Autorità n. 24766 del 22 gennaio 2014 la quale ha fissato il contributo per l'anno 2014 previsto dal comma 7-ter all'art. 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, nella misura dello 0,06 per mille del fatturato risultante dall'ultimo bilancio approvato dalle società di capitale alla data della medesima delibera, con ricavi totali superiori a 50 milioni di euro;

VISTO quanto disposto dall'art. 1, comma 321 della legge n. 27 dicembre 2013, n. 147 recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato" (Legge di Stabilità 2014);

VISTO il progetto di bilancio di previsione 2015 e la relazione illustrativa redatti dalla Direzione Generale Amministrazione – Direzione Bilancio e Ragioneria e presentati dal Segretario Generale;

VISTO il parere del Collegio dei revisori dei conti di cui al verbale n. 163 del 17 novembre 2014;

### DELIBERA

1. di approvare il bilancio di previsione per l'anno 2015 nella versione allegata facente parte integrante della presente delibera.
2. di pubblicare la presente delibera e lo schema del bilancio di previsione per l'anno 2015 nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana e sul sito istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			Avanzo di amministrazione accertato al 31.12.2013	92.380,30					
			Avanzo di amministrazione presunto al 31.12.2014	92.380,30	0,00	25.015,30	67.365,00	67.365,00	
I			<b>ENTRATE CORRENTI</b>						
	I		CONTRIBUZIONI, ALTRE ENTRATE PROPRIE E ENTRATE DIVERSE						
			<i>Contribuzioni ed altre entrate proprie</i>						
		0101	Contributi a carico delle società di capitale per le spese di funzionamento dell'Autorità (Legge 10 ottobre 1990, n. 287 articolo 10 comma 7-ter)	60.000,00	0,00	0,00	60.000,00	60.000,00	
		0102	Contributo dello Stato per le spese di funzionamento dell'Autorità (legge 10 ottobre 1990, n. 287, art.32)	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	
		0103	Contributi da altre Amministrazioni Pubbliche	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	
		0104	Contributi a carico delle imprese tenute all'obbligo di comunicazione ai sensi del comma 1 , dell'art. 16 della legge 287/90	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.	
		0105	Quota parte sanzioni irrogate ai sensi dei decreti legislativi 2 agosto 2007 n.ri 145 e 146	1.000,00	0,00	200,00	800,00	800,00	
				61.000,00	0,00	200,00	60.800,00	60.800,00	
			<i>Entrate diverse</i>						
		0111	Entrate derivanti da altre disposizioni legislative	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
			<b>Totale categoria I</b>	<b>61.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>200,00</b>	<b>60.800,00</b>	<b>60.800,00</b>	
II			REDDITI E PROVENTI PATRIMONIALI						
			<i>Interessi attivi</i>						
		0201	Interessi attivi maturati sul conto fruttifero della contabilità speciale di tesoreria	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	
		0202	Interessi attivi maturati su conti correnti bancari	60,00	0,00	0,00	60,00	60,00	
			<b>Totale categoria II</b>	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>160,00</b>	<b>160,00</b>	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
	III		POSTE CORRETTIVE E COMPENSATIVE DI USCITE CORRENTI						
			<i>Poste correttive e compensative</i>						
		0301	Rimborsi per personale in comando, distacco o in fuori ruolo presso altre Amministrazioni	300,00	0,00	0,00	300,00	300,00	
		0302	Recuperi e rimborsi diversi	30,00	0,00	0,00	30,00	30,00	
		0303	Altre poste correttive e compensative di spese	20,00	0,00	0,00	20,00	20,00	
			<b>Totale categoria III</b>	<b>350,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>350,00</b>	<b>350,00</b>	
	IV		ENTRATE NON CLASSIFICABILI IN ALTRE VOCI						
			<i>Entrate non classificabili in altre voci</i>						
		0401	Entrate derivanti da progetti comunitari	200,00	0,00	0,00	200,00	200,00	
		0402	Entrate derivanti da accordi e convenzioni	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0403	Proventi straordinari	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0420	Rimborso somme anticipate all'Autorità di regolazione dei trasporti (art.6 c.4 D.L. 101/2013)	2.500,00	0,00	2.500,00	0,00	0,00	
			<b>Totale categoria IV</b>	<b>2.700,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.500,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	
			<b>TOTALE TITOLO I</b>	<b>64.210,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.700,00</b>	<b>61.510,00</b>	<b>61.510,00</b>	
II			ENTRATE IN CONTO CAPITALE						
	V		ENTRATE PER ALIENAZIONE DI BENI PATRIMONIALI						
			<i>Alienazione di immobilizzazioni tecniche</i>						



TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0501	Alienazione di immobilizzazioni tecniche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
			<b>Totale categoria V</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
			<b>TOTALE TITOLO II</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
III			<b>PARTITE DI GIRO E CONTI D'ORDINE</b>						
	VI		ENTRATE AVENTI NATURA DI PARTITE DI GIRO						
			<i>Fondo economale</i>						
		0601	Fondo economale	50,00	0,00	20,00	30,00	0,00	
			<b>Totale Fondo economale</b>	<b>50,00</b>	<b>0,00</b>	<b>20,00</b>	<b>30,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Contributi previdenziali e assistenziali</i>						
		0611	Contributi previdenziali e assistenziali Presidente e Componenti	300,00	0,00	0,00	300,00		
		0612	Contributi previdenziali e assistenziali personale dipendente	9.200,00	200,00	0,00	9.400,00		
		0613	Contributi previdenziali e assistenziali personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	390,00	0,00	70,00	320,00		
		0614	Contributi previdenziali e assistenziali incarichi di consulenza, co.co.co. e co.co.pro.	10,00	0,00	0,00	10,00		
		0615	Contributi ai fondi di previdenza integrativa	900,00	0,00	0,00	900,00		
			<b>Totale contributi previdenziali e assistenziali</b>	<b>10.800,00</b>	<b>200,00</b>	<b>70,00</b>	<b>10.930,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Ritenute erariali e imposte</i>						
		0621	Ritenute erariali Presidente e Componenti	350,00	0,00	50,00	300,00		
		0622	Ritenute erariali personale dipendente	8.300,00	700,00	0,00	9.000,00		
		0623	Ritenute erariali personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	340,00	0,00	40,00	300,00		

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0624	Ritenute erariali tirocinanti	50,00	0,00	0,00	50,00		
		0625	Ritenute erariali componenti di collegi e commissioni, incarichi di consulenza, co.co.co. e co.co.pro.	50,00	0,00	0,00	50,00		
		0626	IRAP per retribuzioni e compensi	1.960,00	290,00	0,00	2.250,00		
			Totale ritenute erariali	<b>11.050,00</b>	<b>990,00</b>	<b>90,00</b>	<b>11.950,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Trattenute per conto terzi</i>						
		0631	Trattenute per somme da versare al Circolo dipendenti	100,00	0,00	0,00	100,00		
		0632	Trattenute per quote di prestiti contratti dai dipendenti da versare agli Enti erogatori	50,00	0,00	0,00	50,00		
		0633	Trattenute per trattamenti di quiescenza in godimento da parte dei dipendenti da versare agli Enti erogatori	10,00	0,00	0,00	10,00		
			Totale trattenute per conto terzi	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Somme da rimborsare a terzi</i>						
		0641	Somme incassate e non dovute dalle società di capitale per le spese di funzionamento dell'Autorità	1.000,00	0,00	0,00	1.000,00		
		0642	Somme incassate e non dovute derivanti da altre disposizioni legislative	0,00	0,00	0,00	0,00		
			Totale somme da rimborsare	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Altre entrate aventi natura di partite di giro</i>						
		0691	Altre entrate aventi natura di partite di giro	50,00	0,00	0,00	50,00		
			Totale altre entrate aventi natura di partite di giro	<b>50,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>50,00</b>	<b>0,00</b>	
			<b>Totale categoria VI</b>	<b>23.110,00</b>	<b>1.190,00</b>	<b>180,00</b>	<b>24.120,00</b>	<b>0,00</b>	
VII			CONTI D'ORDINE						
			<i>Depositi cauzionali</i>						
		0701	Cauzioni in denaro	15,00	0,00	0,00	15,00		
		0702	Fidejussioni	1.000,00	0,00	0,00	1.000,00		
			Totale depositi cauzionali	<b>1.015,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.015,00</b>	<b>0,00</b>	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			<i>Fondo accantonamento T.F.R./I.F.R. e altre indennità - Disponibilità in giacenza sul c/c bancario dedicato</i>						
		0711	Somme in giacenza al fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per utilizzi in esercizi successivi	18.731,58	0,00	2.686,78	16.044,80		
		0712	Utilizzo fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per liquidazioni disposte nell'esercizio	300,00	500,00	0,00	800,00		
		0713	Utilizzo fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per anticipazioni disposte nell'esercizio	1.700,00	400,00	0,00	2.100,00		
			Totale fondo accantonamento T.F.R./I.F.R. e altre indennità - Disponibilità. in giacenza sul c/c bancario dedicato	20.731,58	900,00	2.686,78	18.944,80	0,00	
			Totale categoria VII	21.746,58	900,00	2.686,78	19.959,80	0,00	
			TOTALE TITOLO III	44.856,58	2.090,00	2.866,78	44.079,80	0,00	
I			USCITE CORRENTI						
	I		USCITE PER GLI ORGANI DELL'ISTITUZIONE						
			<i>Compensi, indennità e rimborsi ai membri dell'Autorità</i>						
		0101	Compensi ai Membri dell'Autorità spettanti ai sensi dell'art. 13 D.L. 66/2014	800,00	0,00	80,00	720,00	720,00	
		0102	Oneri previdenziali, assistenziali e assicurativi a carico dell'Autorità	200,00	0,00	2,00	198,00	198,00	
		0103	Rimborso spese di missione ai membri dell'Autorità (soggette al contenimento art.6 comma 12 D.L. n. 78/2010)	18,10	11,90	0,00	30,00	30,00	30,00
		0104	Rimborso spese per missioni e per compiti istituzionali ai membri dell'Autorità	100,00	0,00	30,00	70,00	70,00	70,00
			Totale compensi, indennità e rimborsi ai membri dell'Autorità	1.118,10	11,90	112,00	1.018,00	1.018,00	
			<i>Compensi, indennità e rimborsi ai componenti di organi di controllo interno</i>						
		0111	Compensi ai componenti del Collegio dei revisori dei conti	37,44	0,00	0,00	37,44	37,44	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0112	Compensi ai componenti del Nucleo di programmazione, valutazione e controllo	0,00	20,00	0,00	20,00	20,00	
			Totale compensi, indennita' e rimborsi ai componenti il collegio dei revisori dei conti	37,44	20,00	0,00	57,44	57,44	
			<i>Imposta regionale sulle attivita' produttive - I.R.A.P.</i>						
		0121	I.R.A.P. su compensi ai Membri dell'Autorità	70,00	0,00	2,39	67,61	67,61	
		0122	I.R.A.P. su compensi ai componenti il Collegio dei revisori dei conti	3,20	0,00	0,00	3,20	3,20	
		0123	I.R.A.P. su compensi ai componenti del Nucleo di programmazione, valutazione e controllo	0,00	2,00	0,00	2,00	2,00	
			Totale imposta regionale sulle attivita' produttive - I.R.A.P.	73,20	2,00	2,39	72,81	72,81	
			<b>Totale categoria I</b>	<b>1.228,74</b>	<b>33,90</b>	<b>114,39</b>	<b>1.148,25</b>	<b>1.148,25</b>	
II			ONERI PER IL PERSONALE IN ATTIVITA' DI SERVIZIO						
			<i>Trattamento economico del personale in attivita' di servizio</i>						
		0201	Trattamento economico lordo del personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	22.171,00	441,00	0,00	22.612,00	22.612,00	
		0202	Trattamento economico lordo del personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	1.228,00	0,00	628,00	600,00	600,00	
		0203	Trattamento economico lordo del personale con contratto di somministrazione	262,00	44,00	0,00	306,00	306,00	
		0204	Premi connessi alle performance del personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	1.419,00	0,00	142,00	1.277,00	1.277,00	
		0205	Premi connessi alle performance del personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	200,00	0,00	75,00	125,00	125,00	
		0206	Premi connessi alle performance del personale con contratto di somministrazione	23,00	0,00	2,00	21,00	21,00	
			Totale trattamento economico del personale in attivita' di servizio	25.303,00	485,00	847,00	24.941,00	24.941,00	
			<i>Compensi per lavoro straordinario al personale</i>						
		0211	Compensi per lavoro straordinario del personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	588,00	0,00	90,00	498,00	498,00	
		0212	Compensi per lavoro straordinario del personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	186,00	0,00	52,00	134,00	134,00	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0213	Compensi per lavoro straordinario del personale con contratto di somministrazione	42,00	20,00	0,00	62,00	62,00	
			Totale compensi per lavoro straordinario al personale	<b>816,00</b>	<b>20,00</b>	<b>142,00</b>	<b>694,00</b>	<b>694,00</b>	
			<i>Indennita' e rimborso spese di missione</i>						
		0221	Indennità e rimborso spese al personale per missioni in territorio nazionale	240,00	10,00	0,00	250,00	250,00	250,00
		0222	Indennità e rimborso spese al personale per missioni all'estero	115,58	4,42	0,00	120,00	120,00	120,00
		0223	Indennità e rimborso spese al personale per missioni svolte nell'ambito di progetti di gemellaggio (twinning projects)	30,00	0,00	0,00	30,00	30,00	30,00
		0224	Indennità e rimborso spese al personale per missioni in territorio nazionale e all'estero (sogg. al conten. art.6, c. 12 D.L. n. 78/2010)	20,42	0,58	0,00	21,00	21,00	21,00
			Totale indennita' e rimborso spese di missione	<b>406,00</b>	<b>15,00</b>	<b>0,00</b>	<b>421,00</b>	<b>421,00</b>	
			<i>Oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'Autorita'</i>						
		0231	Oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'Autorità personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	6.907,00	285,00	0,00	7.192,00	7.192,00	
		0232	Oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'Autorità personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	445,00	0,00	212,00	233,00	233,00	
		0233	Oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'Autorità personale con contratto di somministrazione	120,00	0,00	0,00	120,00	120,00	
			Totale oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'Autorita'	<b>7.472,00</b>	<b>285,00</b>	<b>212,00</b>	<b>7.545,00</b>	<b>7.545,00</b>	
			<i>Previdenza complementare</i>						
		0241	Quote di contribuzione ordinaria da versare al Fondo Pensione Integrativo	610,00	0,00	0,00	610,00	610,00	
		0242	Quote di contribuzione progressa e/o straordinaria da versare al Fondo Pensione Integrativo	80,90	0,00	0,90	80,00	80,00	
		0243	Contributo di solidarietà su versamenti al Fondo Pensione Integrativo	68,50	0,50	0,00	69,00	69,00	
			Totale previdenza complementare	<b>759,40</b>	<b>0,50</b>	<b>0,90</b>	<b>759,00</b>	<b>759,00</b>	
			<i>Trattamenti di quiescenza</i>						
		0251	Accantonamento di fine esercizio al fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per il personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	2.456,00	0,00	620,00	1.836,00	1.836,00	
		0252	Pagamento quote T.F.R./I.F.R. e altre indennità di competenza per liquidazioni disposte nell'esercizio per il personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	164,00	0,00	14,00	150,00	150,00	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0253	Quote T.F.R. maturate dal personale dipendente a tempo determinato e indeterminato e versate al Fondo Pensione Integrativo	294,00	6,00	0,00	300,00	300,00	
		0254	Imposta sostitutiva su rivalutazione T.F.R.	18,00	0,00	4,00	14,00	14,00	
			Totale trattamenti di quiescenza	<b>2.932,00</b>	<b>6,00</b>	<b>638,00</b>	<b>2.300,00</b>	<b>2.300,00</b>	
			<i>Imposta regionale sulle attivita' produttive - I.R.A.P.</i>						
		0261	I.R.A.P. su competenze del personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	2.062,00	34,00	0,00	2.096,00	2.096,00	
		0262	I.R.A.P. su competenze del personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	137,00	0,00	62,00	75,00	75,00	
			Totale imposta regionale sulle attivita' produttive - I.R.A.P.	<b>2.199,00</b>	<b>34,00</b>	<b>62,00</b>	<b>2.171,00</b>	<b>2.171,00</b>	
			<i>Coperture assicurative integrative per il personale</i>						
		0271	Coperture assicurative integrative per il personale dipendente a tempo determinato e indeterminato	779,00	24,00	0,00	803,00	803,00	
		0272	Coperture assicurative integrative per il personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	74,00	0,00	22,00	52,00	52,00	
		0273	Contributo di solidarieta' su coperture assicurative integrative	44,50	0,00	3,50	41,00	41,00	
			Totale coperture assicurative integrative per il personale	<b>897,50</b>	<b>24,00</b>	<b>25,50</b>	<b>896,00</b>	<b>896,00</b>	
			<i>Uscite per interventi di formazione</i>						
		0281	Spese per formazione del personale (soggette al contenimento art. 6, comma 13 D.L. n. 78/2010)	47,60	32,40	0,00	80,00	80,00	80,00
		0282	Spese per interventi di formazione previsti da obblighi di legge	8,20	11,80	0,00	20,00	20,00	20,00
			Totale uscite per interventi di formazione	<b>55,80</b>	<b>44,20</b>	<b>0,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	
			<i>Altri oneri per il personale</i>						
		0291	Rimborso spese ai tirocinanti	141,00	60,00	0,00	201,00	201,00	
		0292	Buoni pasto per il personale dipendente, comandato ed in somministrazione	325,00	26,00	0,00	351,00	351,00	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			Totale altri oneri per il personale	466,00	86,00	0,00	552,00	552,00	
			Totale categoria II	41.306,70	999,70	1.927,40	40.379,00	40.379,00	
III			USCITE PER L'ACQUISTO DI BENI DI CONSUMO E DI SERVIZI						
			<i>Oneri per l'acquisizione di beni di consumo e di servizi</i>						
		0301	Uscite per il funzionamento di comitati e commissioni	32,10	0,00	0,00	32,10	32,10	32,10
		0302	Uscite per studi e incarichi di consulenza (sogg. al conten. art. 22, c. 6 D.L. 90/2014)	10,10	0,00	3,75	6,35	6,35	6,35
		0303	Spese per i servizi di controllo interno di gestione e per la verifica dei risultati	0,00	80,00	0,00	80,00	80,00	
		0304	Spese per traduzioni e interpretariato	104,00	0,00	34,00	70,00	70,00	70,00
		0305	Spese per liti, arbitrati, notificazioni ed oneri accessori	445,00	55,00	0,00	500,00	500,00	
		0306	Manutenzione ordinaria, riparazione ed esercizio mobili, arredi, macchine d'ufficio, apparecchiature e strumenti	81,70	0,00	21,70	60,00	60,00	60,00
		0307	Installazione, manutenzione ed assistenza tecnica per sistemi informatici	600,00	0,00	50,00	550,00	550,00	550,00
		0308	Licenze e manutenzione software	284,00	0,00	44,00	240,00	240,00	240,00
		0309	Noleggio macchine d'ufficio e attrezzature tecniche ed informatiche	78,00	0,00	0,00	78,00	78,00	78,00
		0310	Premi di assicurazione	39,00	6,00	0,00	45,00	45,00	
		0311	Prestazioni per servizi connessi agli adempimenti in materia di sicurezza sul luogo di lavoro	60,00	20,00	0,00	80,00	80,00	80,00
		0312	Prestazioni per servizi di supporto amministrativo e tecnico	644,00	0,00	164,00	480,00	480,00	480,00
		0313	Prestazioni per servizi ausiliari	164,00	8,00	0,00	172,00	172,00	172,00
		0314	Prestazioni per gestione archivi, catalogazione e classificazione materiale documentale	110,00	55,00	0,00	165,00	165,00	165,00
		0315	Fitto locali ed oneri accessori	4.793,89	0,00	243,89	4.550,00	4.550,00	4.550,00
		0316	Vigilanza locali e impianti	390,00	0,00	0,00	390,00	390,00	390,00
		0317	Spese per relazioni pubbliche, convegni, mostre, pubblicità e di rappresentanza (sogg. al conten. art. 6, c. 8 D.L. 78/2010)	54,90	0,00	24,90	30,00	30,00	30,00
		0318	Spese per incontri istituzionali connessi all'attività di organismi comunitari o internazionali	75,00	0,00	0,00	75,00	75,00	75,00

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0319	Rassegna stampa, abbonamenti e acquisto riviste, giornali, periodici, raccolte di legislazione e giurisprudenza ed altre pubblicazioni	75,00	0,00	0,00	75,00	75,00	75,00
		0320	Spese per moduli, stampati, riproduzione documenti e rilegatura	39,00	0,00	9,00	30,00	30,00	30,00
		0321	Spese per inserzioni, pubblicazioni e pubblicità	31,00	0,00	1,00	30,00	30,00	30,00
		0322	Spese per acquisto di materiale di informazione e documentazione, agenzie di stampa e consultazione banche dati	302,00	0,00	2,00	300,00	300,00	300,00
		0323	Spese per acquisto cancelleria, carta, mat. di consumo e igienico, timbri e targhe, mat. informatico e piccole dotazioni d'ufficio	90,00	10,00	0,00	100,00	100,00	100,00
		0324	Spese di trasporto, trasloco e facchinaggio	112,00	3,00	0,00	115,00	115,00	115,00
		0325	Spese postali e spedizioni plichi tramite servizi postali e a mezzo corriere	55,00	0,00	9,00	46,00	46,00	46,00
		0326	Acquisto di vestiario e divise	2,00	5,00	0,00	7,00	7,00	7,00
		0327	Canoni e utenze per energia elettrica	490,00	4,00	0,00	494,00	494,00	494,00
		0328	Canoni e utenze per acqua	15,00	0,00	0,00	15,00	15,00	15,00
		0329	Canoni e utenze telefoniche	130,00	0,00	18,00	112,00	112,00	112,00
		0330	Imposte, tasse e tributi vari (inclusa I.R.A.P. su compensi per prestazioni di servizi)	200,00	0,00	0,00	200,00	200,00	200,00
		0331	Altre spese generali per il funzionamento degli uffici	18,00	0,00	8,00	10,00	10,00	10,00
			Totale oneri per l'acquisizione di beni di consumo e di servizi	<b>9.524,69</b>	<b>246,00</b>	<b>633,24</b>	<b>9.137,45</b>	<b>9.137,45</b>	
			<i>Oneri per la manutenzione ordinaria dell'immobile assunto in locazione passiva e dei relativi impianti tecnici (soggetti al contenimento dell'art. 2 comma 619 legge 244/07)</i>						
		0341	Spese manutenzione ordinaria locali	26,00	34,00	0,00	60,00	60,00	60,00
		0342	Spese installazione e manutenzione impianti tecnici	289,00	0,00	12,00	277,00	277,00	277,00
		0343	Spese per pulizia locali	433,00	20,00	0,00	453,00	453,00	453,00



TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0344	Altre spese per forniture di beni e servizi connesse alla manutenzione ordinaria dell'immobile e dei relativi impianti	10,00	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00
			Totale oneri manutenzione ordinaria dell'immobile assunto in locazione passiva e dei relativi impianti tecnici (soggetti al contenimento dell'art. 2 comma 619 legge 244/07)	758,00	54,00	12,00	800,00	800,00	
			<i>Oneri per il noleggio, la manutenzione e l'esercizio di autovetture e per spese taxi (soggetti al contenimento art. 15 d.l. 66/2014)</i>						
		0351	Noleggio autovetture	42,00	0,00	12,00	30,00	30,00	30,00
		0352	Manutenzione ed esercizio delle autovetture	15,00	4,00	0,00	19,00	19,00	19,00
		0353	Servizi taxi	0,30	0,00	0,00	0,30	0,30	0,30
			Totale oneri per il noleggio, la manut. e l'esercizio di autov. e per spese taxi (sogg. al conten. art. 5 c. 2 d.l. 95/2012)	57,30	4,00	12,00	49,30	49,30	
			<b>Totale categoria III</b>	<b>10.339,99</b>	<b>304,00</b>	<b>657,24</b>	<b>9.986,75</b>	<b>9.986,75</b>	<b>9.982,75</b>
IV			USCITE NON CLASSIFICABILI IN ALTRE VOCI						
			<i>Fondi di riserva</i>						
		0401	Fondo di riserva	6.782,00	1.218,00	0,00	8.000,00	8.000,00	
		0402	Fondo di riserva straordinario	0,00	55.770,00	0,00	55.770,00	55.770,00	
			Totale fondi di riserva	6.782,00	56.988,00	0,00	63.770,00	63.770,00	
			<i>Altre uscite non classificabili in altre voci</i>						
		0411	Spese e rimborsi a terzi per progetti comunitari	550,00	450,00	0,00	1.000,00	1.000,00	
		0412	Rimborsi a terzi per somme non dovute (inclusi interessi legali)	600,00	0,00	400,00	200,00	200,00	
		0413	Rimborsi di somme incassate quali contributi agli oneri di funzionamento non dovuti all'Autorità (inclusi interessi legali)	1.300,00	0,00	0,00	1.300,00	1.300,00	
		0414	Sopravvenienze passive ed altri oneri degli esercizi anteriori	700,00	0,00	500,00	200,00	200,00	
		0420	Versamento anticipazione a favore dell'Autorità di regolazione dei trasporti (art. 6 c. 4 D.L. 101/2013)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
			Totale altre uscite non classificabili in altre voci	3.150,00	450,00	900,00	2.700,00	2.700,00	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			<b>Totale categoria IV</b>	<b>9.932,00</b>	<b>57.438,00</b>	<b>900,00</b>	<b>66.470,00</b>	<b>66.470,00</b>	
	V		VERSAMENTI AL BILANCIO DELLO STATO, CONTRIBUTI, ANTICIPAZIONI E RIMBORSI A FAVORE DI PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI						
			<i>Versamenti al bilancio dello Stato</i>						
		0501	Somme da versare ai sensi dell'articolo 61 comma 17 del D.L. 112/2008	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0502	Somme da versare ai sensi dell'art. 6 co. 21 del D.L. 78/2010, dell'art. 5 co. 2 del D.L. 95/2012, dell'art. 1 co. 5 del D.L. 101/2013	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0503	Somme da versare ai sensi dell'articolo 8 della L. 122/2010	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0504	Somme da versare ai sensi dell'articolo 8 comma 3 del D.L. 95/2012	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0509	Somme da versare ai sensi di altre disposizioni legislative	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
		0510	Somme da versare ai sensi dell'articolo 1 comma 321 della L. 147/2013	1.590,00	0,00	90,00	1.500,00	1.500,00	
			Totale versamenti al bilancio dello Stato	<b>1.590,00</b>	<b>0,00</b>	<b>90,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.500,00</b>	
			<i>Contributi e anticipazioni a favore di pubbliche amministrazioni</i>						
		0521	Anticipazione a favore dell'Autorità di regolazione dei trasporti (art. 6 c. 4 D.L. 101/2013)	2.500,00	0,00	2.500,00	0,00	0,00	
		0522	Contributi a favore di pubbliche amministrazioni	2.170,00	0,00	0,00	2.170,00	2.170,00	
			Totale contributi e anticipazioni a favore di pubbliche amministrazioni	<b>4.670,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.500,00</b>	<b>2.170,00</b>	<b>2.170,00</b>	
			<i>Rimborsi a favore di pubbliche amministrazioni</i>						
		0531	Rimborsi a favore di pubbliche amministrazioni	18.340,00	0,00	13.440,00	4.900,00	4.900,00	
			Totale rimborsi a favore di pubbliche amministrazioni	<b>18.340,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.440,00</b>	<b>4.900,00</b>	<b>4.900,00</b>	
			<b>Totale categoria V</b>	<b>24.600,00</b>	<b>0,00</b>	<b>16.030,00</b>	<b>8.570,00</b>	<b>8.570,00</b>	



TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			<i>Contributi previdenziali e assistenziali</i>						
		0711	Versamento contributi previdenziali e assistenziali Presidente e Componenti	300,00	0,00	0,00	300,00	0,00	
		0712	Versamento contributi previdenziali e assistenziali personale dipendente	9.200,00	200,00	0,00	9.400,00	0,00	
		0713	Versamento contributi previdenziali e assistenziali personale comandato, distaccato o in altra posizione analoga	390,00	0,00	70,00	320,00	0,00	
		0714	Versamento contributi previdenziali e assistenziali incarichi di consulenza, co.co.co. e co.co.pro.	10,00	0,00	0,00	10,00	0,00	
		0715	Versamento contributi ai fondi di previdenza integrativa	900,00	0,00	0,00	900,00	0,00	
			Totale contributi previdenziali e assistenziali	<b>10.800,00</b>	<b>200,00</b>	<b>70,00</b>	<b>10.930,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Ritenute erariali e imposte</i>						
		0721	Versamento ritenute erariali Presidente e Componenti	350,00	0,00	50,00	300,00	0,00	
		0722	Versamento ritenute erariali personale dipendente	8.300,00	700,00	0,00	9.000,00	0,00	
		0723	Versamento ritenute erariali personale comandato, distaccato e in fuori ruolo	340,00	0,00	40,00	300,00	0,00	
		0724	Versamento ritenute erariali tirocinanti	50,00	0,00	0,00	50,00	0,00	
		0725	Versamento ritenute erariali componenti di collegi e commissioni, incarichi di consulenza, co.co.co. e co.co.pro.	50,00	0,00	0,00	50,00	0,00	
		0726	Versamento IRAP per retribuzioni e compensi	1.960,00	290,00	0,00	2.250,00	0,00	
			Totale ritenute erariali	<b>11.050,00</b>	<b>990,00</b>	<b>90,00</b>	<b>11.950,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Trattenute per conto terzi</i>						
		0731	Versamento somme trattenute per conto del Circolo dipendenti	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	
		0732	Versamento quote di prestiti contratti dai dipendenti trattenute per conto degli Enti erogatori	50,00	0,00	0,00	50,00	0,00	
		0733	Versamento quote trattamenti di quiescenza in godimento da parte dei dipendenti trattenute per conto degli Enti erogatori	10,00	0,00	0,00	10,00	0,00	
			Totale trattenute per conto terzi	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Somme da rimborsare a terzi</i>						

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
		0741	Versamento somme incassate e non dovute dalle società di capitale per le spese di funzionamento dell'Autorità	1.000,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00	
		0742	Versamento somme incassate e non dovute derivanti da altre disposizioni legislative	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
			Totale somme da rimborsare a terzi	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Altre uscite aventi natura di partite di giro</i>						
		0791	Altre uscite aventi natura di partite di giro	50,00			50,00	0,00	
			Totale altre uscite aventi natura di partite di giro	<b>50,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>50,00</b>	<b>0,00</b>	
			<b>Totale categoria VII</b>	<b>23.110,00</b>	<b>1.190,00</b>	<b>180,00</b>	<b>24.120,00</b>	<b>0,00</b>	
VIII			CONTI D'ORDINE						
			<i>Depositi cauzionali</i>						
		0801	Cauzioni in denaro	15,00	0,00	0,00	15,00	0,00	
		0802	Fidejussioni	1.000,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00	
			Totale depositi cauzionali	<b>1.015,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.015,00</b>	<b>0,00</b>	
			<i>Fondo accantonamento T.F.R./I.F.R. e altre indennità - Competenze economiche differite maturate dal personale dipendente</i>						
		0811	Somme in giacenza al fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per utilizzi in esercizi successivi	19.331,58	0,00	2.686,78	16.644,80	0,00	
		0812	Utilizzo fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per liquidazioni disposte nell'esercizio	300,00	500,00	0,00	800,00	0,00	
		0813	Utilizzo fondo T.F.R./I.F.R. e altre indennità per anticipazioni disposte nell'esercizio	1.100,00	400,00	0,00	1.500,00	0,00	
			Totale f.do acc.to T.F.R./I.F.R. e altre ind. - Comp. economiche differite mat. dal pers. dip.	<b>20.731,58</b>	<b>900,00</b>	<b>2.686,78</b>	<b>18.944,80</b>	<b>0,00</b>	
			<b>Totale categoria VIII</b>	<b>21.746,58</b>	<b>900,00</b>	<b>2.686,78</b>	<b>19.959,80</b>	<b>0,00</b>	
			<b>TOTALE TITOLO III</b>	<b>44.856,58</b>	<b>2.090,00</b>	<b>2.866,78</b>	<b>44.079,80</b>	<b>0,00</b>	



TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			<b>RIASSUNTO DELLE ENTRATE E DELLE USCITE IN CONTO CAPITALE</b>						
			TITOLO II - ENTRATE IN CONTO CAPITALE						
			- Categoria V - Entrate per alienazione di beni patrimoniali						
			<b>Totale titolo II</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
			TITOLO II - USCITE IN CONTO CAPITALE						
			- Categoria VI - Acquisizione di immobilizzazioni tecniche	1.817,87	508,14	5,01	2.321,00	2.321,00	
			<b>Totale titolo II</b>	<b>1.817,87</b>	<b>508,14</b>	<b>5,01</b>	<b>2.321,00</b>	<b>2.321,00</b>	
			<b>RIASSUNTO DELLE ENTRATE E DELLE USCITE PER PARTITE DI GIRO E CONTI D'ORDINE</b>						
			TITOLO III - ENTRATE PER PARTITE DI GIRO E CONTI D'ORDINE						
			- Categoria VI - Entrate aventi natura di partite di giro	23.110,00	1.190,00	180,00	24.120,00	0,00	
			- Categoria VII - Conti d'ordine	21.746,58	900,00	2.686,78	19.959,80	0,00	
			<b>Totale titolo III</b>	<b>44.856,58</b>	<b>2.090,00</b>	<b>2.866,78</b>	<b>44.079,80</b>	<b>0,00</b>	
			TITOLO III - USCITE PER PARTITE DI GIRO E CONTI D'ORDINE						
			- Categoria VII - Uscite aventi natura di partite di giro	23.110,00	1.190,00	180,00	24.120,00	0,00	
			- Categoria VIII - Conti d'ordine	21.746,58	900,00	2.686,78	19.959,80	0,00	
			<b>Totale titolo III</b>	<b>44.856,58</b>	<b>2.090,00</b>	<b>2.866,78</b>	<b>44.079,80</b>	<b>0,00</b>	

TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			<b>RIEPILOGO</b>						
			<b>ENTRATE</b>						
			- Titolo I - Entrate correnti	64.210,00	0,00	2.700,00	61.510,00	61.510,00	
			- Titolo II - Entrate in conto capitale	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
				64.210,00	0,00	2.700,00	61.510,00	61.510,00	
			AVANZO DI AMMINISTRAZIONE PREGRESSO	92.380,30	0,00	25.015,30	67.365,00	67.365,00	
			Subtotale	156.590,30	0,00	27.715,30	128.875,00	128.875,00	
			- Titolo III - Entrate per partite di giro e conti d'ordine	44.856,58	2.090,00	2.866,78	44.079,80	0,00	
			<b>Totale entrate</b>	<b>201.446,88</b>	<b>2.090,00</b>	<b>30.582,08</b>	<b>172.954,80</b>	<b>128.875,00</b>	
			<b>USCITE</b>						
			- Titolo I - Uscite correnti (al netto di fondi di riserva, vers. al bilancio dello Stato, contributi, anticipazioni e rimb. a favore di P.A.)	56.025,43	1.787,60	3.599,03	54.214,00	54.214,00	
			- Titolo II - Uscite in conto capitale	1.817,87	508,14	5,01	2.321,00	2.321,00	
				57.843,30	2.295,74	3.604,04	56.535,00	56.535,00	
			- Versamenti al bilancio dello Stato, contributi, anticipazioni e rimborsi a favore di pubbliche amministrazioni	24.600,00	0,00	16.030,00	8.570,00	8.570,00	
			- Fondi di riserva	6.782,00	56.988,00	0,00	63.770,00	63.770,00	
			Subtotale	89.225,30	59.283,74	19.634,04	128.875,00	128.875,00	
			- Titolo III - Uscite per partite di giro e conti d'ordine	44.856,58	2.090,00	2.866,78	44.079,80	0,00	
			<b>Totale uscite</b>	<b>134.081,88</b>	<b>61.373,74</b>	<b>22.500,82</b>	<b>172.954,80</b>	<b>128.875,00</b>	



TIT.	CAT.	CAP.	DENOMINAZIONE	Previsioni definitive dell'anno in corso	Variazioni		Previsioni di competenza per l'anno 2015	Previsioni di cassa per l'anno 2015	Spese per consumi intermedi
					In aumento	In diminuzione			
			Avanzo di amministrazione presunto al 31 dicembre 2015				0,00		
			Totale a pareggio				172.954,80		

---

---

*Autorità garante  
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale  
Anno XXIV- N. 52 - 2014

---

*Coordinamento redazionale*

Giulia Antenucci

*Redazione*

Elisabetta Allegra, Sandro Cini, Francesca Melchiorri,  
Valerio Ruocco, Simonetta Schettini  
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato  
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche  
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma  
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

---

*Realizzazione grafica*

Area Strategic Design

---