

una serie di impegni, accettati e resi obbligatori dall'Autorità.

Inoltre, nei riguardi di Europcar⁸³ è stata accertata la continuazione della pratica relativa all'addebito separato del noleggio del giubbino catarifrangente, fatturato al momento del ritiro dell'autovettura, pratica già sanzionata nel 2010, che il professionista ha interrotto nel corso del procedimento di inottemperanza.

Parcheggi

Nel corso del 2014, l'Autorità è intervenuta anche su tematiche relative al servizio di parcheggio autovetture.

In un caso⁸⁴, l'Autorità ha accettato gli impegni del professionista in relazione alla condotta consistente nelle modalità poco trasparenti con le quali contestava ai consumatori l'utilizzo improprio delle corsie di emergenza presso il sito aeroportuale di Bari Palese, con richiesta di pagamento di somme per violazione del Regolamento di Parcheggio del sito aeroportuale.

In un ulteriore caso⁸⁵, l'Autorità ha adottato un intervento di *moral suasion* nei confronti della società Progetto Carrara Spa, società interamente partecipata dal Comune di Carrara. A seguito dell'intervento dell'Autorità, il professionista ha modificato la propria condotta, che non chiariva le limitazioni alla possibilità di parcheggiare gratuitamente il sabato, ponendo, sui parcometri adibiti al pagamento della sosta, adesivi con la dicitura “*Si ricorda all'utenza che il sabato pomeriggio il parcheggio è gratis*”.

Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Nel solco degli interventi già effettuati negli scorsi anni nel settore della GDO, l'Autorità ha concluso quattro procedimenti⁸⁶ aventi a oggetto le informazioni fornite e le condotte tenute dai professionisti in relazione alla prestazione della garanzia legale di conformità di durata biennale da parte del venditore, nonché la scorretta presentazione dei contratti di assistenza offerti a pagamento.

In un caso⁸⁷, l'Autorità ha accertato la scorrettezza del comportamento posto in essere da Lidl in relazione alla garanzia legale di conformità, che veniva presentata in maniera ambigua rispetto a quella convenzionale, e alle specifiche procedure attuate da Lidl per assicurare ai consumatori l'esercizio dei diritti che ne conseguono. L'operatore si è immediatamente adoperato per rimuovere i profili di scorrettezza contestati nella comunicazione di avvio del procedimento, il quale si è concluso con l'irrogazione di una sanzione pari a 300.000 euro.

⁸³ IP116B.

⁸⁴ PS8336.

⁸⁵ PS9080.

⁸⁶ PS8030, PS8067, PS7947, PS7461.

⁸⁷ PS9230.

In un altro caso⁸⁸, si è adottato, invece, lo strumento della *moral suasion* per rimuovere i presunti profili di scorrettezza della pratica relativa al prodotto “Garanzia3”, commercializzato presso numerosi centri vendita di importanti catene commerciali della GDO, nonché tramite il sito internet www.garanzia3.it. Anche in tal caso, il professionista non chiariva la natura convenzionale della garanzia aggiuntiva offerta.

Di particolare rilievo nel comparto dell’*e-commerce* è l’istruttoria svolta nei confronti di S.G.M. Distribuzione⁸⁹, a conclusione della quale l’Autorità ha accertato la scorrettezza della pratica realizzata dal professionista nella promozione e vendita di prodotti tramite il proprio sito internet aziendale (www.marcopoloshop.it, divenuto poi www.uniero.it). In particolare, tale pratica si è articolata in una serie di condotte ingannevoli e aggressive, preordinate a offrire *online* prodotti di vario genere, anche non immediatamente disponibili, in tal modo recando al consumatore specifici disagi e disservizi - quali la cancellazione del proprio ordine di acquisto e/o tempi di consegna maggiori di quelli prospettati - nonché condizionandolo indebitamente all’acquisto di un prodotto alternativo, invece di procedere a un immediato rimborso.

Il procedimento si è concluso con l’irrogazione di una sanzione pari a 500.000 euro.

Servizi

Servizi turistici

Con riguardo al settore dei servizi turistici, l’azione dell’Autorità ha riguardato, in particolare, le pratiche commerciali di professionisti quali *tour operator* e agenzie di viaggio *online*, caratterizzate da modalità decettive di presentazione del prezzo, dall’utilizzo del c.d. sistema di *opting out* per l’offerta di servizi accessori, nonché dalla omessa indicazione di informazioni rilevanti sui diritti contrattuali dei consumatori.

Nel corso del 2014 l’Autorità ha concluso, con l’accertamento della scorrettezza delle pratiche commerciali contestate, numerose istruttorie, in parte avviate già nel 2013, nei confronti delle agenzie di viaggi *online* e nei confronti di compagnie di crociera.

I profili di scorrettezza accertati hanno riguardato, in particolare, le informazioni ingannevoli ed omissioni sui prezzi pubblicizzati, non inclusivi di oneri aggiuntivi certi, nonché le informazioni diffuse sui diritti contrattuali dei viaggiatori e/o sulla preselezione dell’assicurazione di viaggio facoltativa.

⁸⁸ PS9499.

⁸⁹ PS9192.

a) Modalità ingannevoli di presentazione del prezzo del servizio

Le condotte contestate hanno riguardato la promozione di viaggi a prezzi mai applicati, in quanto il prezzo finale dei servizi offerti subiva un incremento per effetto di oneri aggiuntivi a titolo di spese per i pagamenti *online* con carte di credito/debito, spese di gestione o di iscrizione, tasse e altri supplementi resi noti solo al momento del pagamento.

In particolare, nei confronti delle agenzie di viaggi *online*⁹⁰ Airtickets Travel Service Ltd e Tourist Services Limited Liability Company, Bravofly, The Travel Gateway Ltd e Go Voyage SAS, è stata contestata la scorrettezza delle modalità di indicazione del prezzo dei biglietti aerei, dei biglietti dei traghetti e dei servizi turistici offerti tramite i rispettivi siti internet, per l'assenza di un'immediata, chiara e completa informazione in merito ad alcune rilevanti componenti di costo, quali le spese di transazione, le spese aeroportuali e il supplemento applicato per il pagamento con carta di credito (c.d. “*credit card surcharge*”). Tali informazioni erano rese note al consumatore soltanto nella fase conclusiva dell’*iter* di prenotazione, in cui venivano inseriti automaticamente dal sistema i supplementi aggiuntivi. I procedimenti si sono conclusi con l'accertamento della scorrettezza e la comminazione di sanzioni pecuniarie pari complessivamente a 603.000 euro.

Altri procedimenti hanno riguardato il settore della promozione delle crociere, anch’esse presentate in maniera ingannevole dai professionisti relativamente alle voci di costo integranti il prezzo, nonché con riferimento alle offerte per i viaggi di gruppo, e hanno portato all’irrogazione di sanzioni complessivamente pari a 300.000 euro⁹¹.

Inoltre, l’Autorità è intervenuta nel valutare l’ottemperanza di MSC Crociere⁹², già sanzionata nel corso del 2013 per aver diffuso indicazioni ingannevoli e omissive in relazione al prezzo delle crociere pubblicizzato nella *homepage* del proprio sito internet. L’Autorità ha accertato che MSC non ha realizzato implementazioni e innovazioni sul proprio sito internet idonee a garantire una informativa chiara e trasparente circa il prezzo complessivo effettivamente praticato in ordine ai propri servizi e ha, pertanto, concluso il procedimento accertando l’inottemperanza alla sua precedente delibera e prescrivendo una sanzione di 250.000 euro.

L’Autorità ha altresì accertato l’ingannevolezza delle informazioni commerciali diffuse da Royal Caribbean Cruise Line Ltd e da Grimaldi Spa, con riferimento alla presentazione del prezzo delle crociere e delle offerte per i minori, nonché in relazione alla presentazione di informazioni essenziali per i potenziali acquirenti delle crociere, concernenti la possibilità e le condizioni per esercitare i propri diritti contrattuali, quali il diritto di recesso

⁹⁰ PS9017, PS3080, PS8312 e PS9028.

⁹¹ PS9244 e PS9245.

⁹² IP198.

o di rimborso in caso di modifiche contrattuali e di prezzo. A esito di tali istruttorie l'Autorità ha accertato la scorrettezza delle pratiche contestate comminando a ciascun professionista una sanzione pari a 150.000 euro.

b) Opting out dell'assicurazione facoltativa

Nei già citati casi nei confronti delle agenzie di viaggi *online*⁹³, l'Autorità ha inoltre confermato il suo consolidato orientamento in virtù del quale la pratica del c.d. *opting out* per la polizza assicurativa facoltativa viaggi configura una pratica commerciale scorretta. Le agenzie di viaggio *online* alle quali è stata contestata tale condotta proponevano al consumatore, nel corso della procedura di prenotazione *online*, l'acquisto di una polizza assicurativa facoltativa mediante preselezione automatica del servizio, non rendendolo quindi edotto del carattere opzionale del servizio offerto. E' stata pertanto accertata l'ingannevolezza di tale sistema di preselezione automatica delle polizze assicurative facoltative, configurante un meccanismo di silenzio assenso suscettibile di indurre in errore i consumatori sotto il profilo dell'assenza di una consapevole scelta di acquisto di un servizio diverso da quello richiesto e implicante un ulteriore onere per il consumatore.

c) Omissioni informative sui diritti contrattuali dei consumatori e ostacolo all'esercizio degli stessi

L'Autorità ha avviato 12 istruttorie nei confronti di alcuni *tour operator* italiani a seguito delle numerose segnalazioni ricevute da parte di consumatori e associazioni di consumatori, relative all'annullamento dei viaggi in Egitto per effetto del fermo invito da parte del Ministero degli Affari Esteri (MAE) a non recarsi in quel Paese, diffuso nell'agosto 2013 e che si è protratto sino a giugno 2014⁹⁴.

Sei istruttorie si sono concluse con l'accettazione degli impegni presentati dai professionisti (Alpitour, Veratour, Going/Bluvacanze, Swantour, Settemari e Amico Tour Resort Travel). In particolare, l'intervento dell'Autorità ha reso obbligatori specifici impegni da parte dei professionisti, quali: *i*) la restituzione delle somme trattenute a titolo di quota di gestione della pratica a tutti i turisti coinvolti dall'annullamento dei viaggi in Egitto determinato dall'avviso del MAE con cui si sconsigliavano le partenze del 16 agosto 2013; *ii*) l'informativa, tramite il proprio sito internet, dell'eventuale sussistenza di indicazioni di cautela in relazione alle destinazioni oggetto dei pacchetti turistici pubblicizzati; *iii*) la previsione, sul sito e nei cataloghi cartacei, del rimborso integrale del prezzo versato per il pacchetto turistico da parte del tour operator in caso di annullamento del viaggio per causa non imputabile al consumatore.

⁹³ PS3080, PS8312 e PS9028.

⁹⁴ PS9610, PS9611, PS9612, PS9613, PS9615, PS9616, PS9617, PS9618, PS9619, PS9620, PS9621, PS9622.

Le istruttorie avviate nei confronti di Eden, Phone&Go, Marevero, I Viaggi di Atlantide, I Viaggi del Turchese e Brixia Tour Operator si sono concluse con l'accertamento dell'infrazione e l'irrogazione di sanzioni amministrative per un totale di 1.000.000 euro. L'Autorità ha, infatti, ritenuto che la condotta dei professionisti, a seguito dell'annullamento dei viaggi in Egitto, relativa alla mancata restituzione di parte delle somme versate dai turisti, integri una pratica commerciale aggressiva, consistente nell'ostacolare l'esercizio dei diritti contrattuali dei consumatori. L'Autorità ha ritenuto poi scorretta la mancata informativa, sui siti internet dei professionisti, circa lo stato socio-politico in cui versava l'Egitto.

Nelle istruttorie in questione, l'Autorità ha altresì rilevato come in caso di annullamento dei pacchetti turistici, dovuto all'instabilità della situazione politico-economica del Paese di destinazione, il *tour operator* deve rimborsare i propri clienti dell'intera somma versata, indipendentemente dall'imputazione funzionale della stessa o, in alternativa, deve proporre ai consumatori pacchetti turistici sostitutivi senza alcuna maggiorazione di prezzo. In tale prospettiva, l'Autorità ha dato particolare rilievo alla valenza peculiare della *“finalità turistica”*⁹⁵, nella quale si sostanzia l'interesse che il contratto di pacchetto turistico è funzionalmente volto a soddisfare, e che impone al professionista di informare compiutamente il consumatore in ordine alla situazione socio-politica in cui versa il Paese di destinazione del viaggio, la cui conoscenza è essenziale ai fini di una decisione consapevole e avveduta dei consumatori.

E-Couponing

Nel 2014 si è concluso il procedimento avviato, nel novembre 2013, nei confronti della società Groupon Srl e delle società svizzere Groupon International GmbH, Groupon International Travel GmbH e Groupon Goods Global GmbH al fine di accertare l'eventuale ingannevolezza delle informazioni commerciali diffuse dai professionisti per promuovere la vendita di prodotti e servizi forniti dagli esercenti *partner* e l'adeguatezza del servizio di *customer care* a far fronte ai reclami e alle richieste di rimborso dei clienti, oltre che a consentire l'esercizio da parte dei consumatori dei propri diritti.

L'intervento dell'Autorità ha reso obbligatori specifici impegni da parte dei professionisti, quali: *i) la diffusione di informazioni chiare ed esaustive in merito agli elementi essenziali delle offerte commerciali pubblicizzate e ai diritti dei consumatori (il prezzo applicato e le relative modalità di calcolo, i periodi e i giorni di fruibilità dei coupon e le relative limitazioni, l'identità*

⁹⁵ La peculiare valenza della finalità turistica quale interesse centrale che il contratto di pacchetto turistico è volto a soddisfare e che ne sostanzia la causa in concreto è stato affermato dalla Cassazione a partire dalla sentenza n. 16345 del 2007.

e i contatti dei *partner* e, con riguardo al settore turistico, la tipologia di volo, il nominativo del vettore aereo e i piani degli operativi di volo); *ii)* l'aumento dell'attività di monitoraggio *ex ante* ed *ex post* sui partner, redigendo con criteri stringenti una lista degli esercenti meno affidabili; *iii)* un sistema di assistenza ai clienti più efficiente e tempestivo.

False recensioni online

Nell'ambito dei servizi offerti dai professionisti che gestiscono piattaforme telematiche di prenotazione e comparazione di strutture turistiche, l'Autorità ha svolto un'istruttoria nei confronti di Tripadvisor⁹⁶, professionista attivo nel campo dell'offerta di informazioni turistiche e servizi di *metasearch* comparativa di strutture alberghiere e ristorative, in ragione del fatto che ricorrendo a un modello di *business* incentrato sull'attività di rilascio di recensioni da parte degli utenti iscritti al proprio sito internet, diffondeva una serie di *claim* ingannevoli sulla natura e le caratteristiche del servizio offerto ai consumatori.

Tripadvisor, in particolare, aveva diffuso informazioni decettive sulle fonti delle recensioni pubblicate sulla propria banca dati telematica, in quanto le espressioni utilizzate per promuovere la propria attività imprenditoriale lasciavano intendere ai consumatori, contrariamente al vero, che le informazioni contenute nelle recensioni fossero autentiche, genuine e frutto di reali esperienze turistiche.

Il sistema di controllo adoperato da tali professionisti, tuttavia, non consentiva loro di vagliare la veridicità del contenuto informativo delle recensioni rilasciate dagli utenti.

Anche gli strumenti - predisposti dalla società - diretti a neutralizzare le condotte che in maniera più incisiva risultano suscettibili di alterare i risultati di classificazione delle strutture all'interno del *database*, non sono risultati efficaci e tempestivi e, quindi, idonei a supportare slogan commerciali finalizzati a enfatizzare l'autenticità delle recensioni pubblicate.

Il procedimento si è concluso con l'irrogazione di una sanzione pari a 500.000 euro.

Formazione professionale e false offerte di lavoro

Nel 2014 l'Autorità ha continuato a svolgere un'intensa attività di *enforcement* anche rispetto alla formazione professionale e alle false offerte di lavoro.

Nello specifico, con riguardo al settore della formazione socio-assistenziale, è stata accertata la condotta scorretta posta in essere

dall'Istituto Cortivo Spa che, tramite propri informatori didattici, ha fornito in sede di promozione dei servizi informativi presso il domicilio dei consumatori, informazioni ingannevoli e/o omesso informazioni rilevanti, tali da condizionarne decisioni commerciali consapevoli⁹⁷. In particolare, nel corso dei colloqui, gli agenti hanno prospettato la possibilità di acquisire una specializzazione altamente qualificata spendibile sia nelle strutture pubbliche che private, mentre l'attestato rilasciato non aveva nessun valore nelle strutture pubbliche. Inoltre, gli agenti hanno lasciato intendere che la società era accreditata presso alcune Regioni al fine del rilascio di un attestato legalmente valido, nonché fornito informazioni scorrette sulle possibilità di ricerca del tirocinio pratico. In tale contesto di criticità informativa, il professionista, seppur consapevole, non ha adottato misure idonee a prevenire e sanzionare le condotte irregolari dei propri agenti, come avrebbe dovuto fare in base ai principi di correttezza e buona fede. Per il caso di specie, l'Autorità ha irrogato una sanzione pari a 100.000 euro.

Un altro procedimento sanzionatorio ha riguardato la pratica commerciale consistente nella diffusione, tramite locandine pubblicitarie, email e attraverso il sito internet del professionista, da parte della società FPA Italia Srl, di informazioni ingannevoli circa l'effettiva gratuità dei corsi di formazione promossi, che hanno indotto l'Autorità a comminare una sanzione di 25.000 euro⁹⁸. A differenza di quanto prospettato nel messaggio oggetto di contestazione, l'adesione a tali corsi non era interamente esente da costi, ma era previsto un contributo di iscrizione.

In altri casi, inoltre, l'Autorità ha fatto ricorso a interventi di *moral suasion*⁹⁹, a seguito dei quali i professionisti hanno provveduto a eliminare dai propri siti internet il logo del CONI, che risultava idoneo a ingenerare nei consumatori l'erroneo convincimento che i professionisti fossero enti riconosciuti e che le loro attività godessero del riconoscimento del CONI. Un simile intervento di *moral suasion* si è avuto nei confronti di un professionista che, contrariamente al vero, nei messaggi pubblicitari diffusi tramite il proprio sito web vantava, in virtù dell'utilizzo improprio del logo istituzionale della Regione Campania, il fatto che i propri corsi di formazione professionale fossero riconosciuti da tale Ente¹⁰⁰. L'invito dell'Autorità a rimuovere i profili di possibile scorrettezza rivolto a tale professionista è stato accolto positivamente.

Infine, con riguardo alle false offerte di lavoro, l'Autorità ha accertato l'inottemperanza di alcuni professionisti a una precedente delibera di ingannevolezza, ai sensi del d.lgs. 145/2007¹⁰¹, dei messaggi diffusi via

⁹⁷ PS7258.

⁹⁸ PS8779.

⁹⁹ PS9309 e PS9389.

¹⁰⁰ PS9500.

¹⁰¹ PB745.

internet con cui si pubblicizzava la ricerca di volontari, disoccupati o precari, da mobilitare a favore delle popolazioni terremotate dell'Emilia Romagna, vantando autorizzazioni e riconoscimenti inesistenti e promettendo un facile inserimento nel mondo del lavoro, nonché vantaggi fiscali per le imprese¹⁰². In violazione del provvedimento dell'Autorità, in particolare, i professionisti, pur avendo apportato alcune modifiche formali ai messaggi diffusi via internet, hanno continuato ad affermare, contrariamente al vero, di essere abilitati a svolgere attività di ricerca, selezione e intermediazione di personale da inserire nel mondo del lavoro e di poter conferire benefici economici alle imprese disposte ad assumere i volontari mobilitati, quale incentivo alla creazione di nuova occupazione e alla ripresa della produzione nelle zone colpite dal sisma. L'Autorità ha così comminato all'operatore una sanzione pecuniaria pari a 86.000 euro.

Editoria

Nel settore dell'editoria sono stati realizzati due interventi di *moral suasion* nei confronti di RCS MediaGroup Spa e del Gruppo Editoriale L'Espresso Spa¹⁰³ per alcune offerte *online*.

Tali professionisti, in ottemperanza all'invito rivolto dall'Autorità, hanno modificato i propri messaggi promozionali precisando le condizioni dell'offerta dell'abbonamento ai quotidiani in versione digitale, ossia che la gratuità della fornitura di un mese risultava condizionata alla sottoscrizione di un servizio in abbonamento a titolo oneroso. A seguito dell'intervento dell'Autorità i professionisti interessati hanno modificato i propri siti internet, giungendo a rendere chiare ed esaustive le informazioni sulle principali caratteristiche e condizioni economiche dei servizi offerti.

Servizi diversi

Nel 2014, l'Autorità ha concluso l'istruttoria¹⁰⁴ avviata nel 2013 a seguito delle 2.000 segnalazioni pervenute da consumatori e associazioni, comminando sanzioni per 735.000 euro a sette società che pubblicizzavano sul web un servizio apparentemente gratuito di valutazione delle automobili, salvo chiedere successivamente il pagamento di somme, destinate peraltro a essere più che quadruplicate in caso di ritardi nei versamenti da parte dei consumatori. Il fenomeno ha coinvolto migliaia di cittadini che si sono collegati ai siti internet www.auto-prezzo.net e www.auto-valutazione.com per trovare una valutazione del valore della loro autovettura.

Con riferimento alle *fidelity card*, l'Autorità ha concluso un procedimento di inottemperanza a una propria decisione con riferimento alla

¹⁰² IP202.

¹⁰³ PS9182 e PS9331.

¹⁰⁴ PS8879.

pratica commerciale posta in essere dalla società Soluzioni per Abitare Habitat¹⁰⁵, che mediante il ricorso al *telemarketing* e/o attraverso la realizzazione di visite personali presso il domicilio dei consumatori, continuava a promuovere una tessera sconto gratuita per acquistare articoli per la casa, con sconti molto vantaggiosi, al solo fine di vincolare contrattualmente i consumatori all'acquisto dei prodotti per la casa forniti dal professionista. L'Autorità ha accertato l'inottemperanza e ha comminato alla società una sanzione pari a 40.000 euro.

Inoltre, si sono conclusi tre procedimenti istruttori avviati nei confronti di professionisti che gestiscono scuole di volo che hanno portato all'irrogazione di sanzioni complessivamente pari a 21.000 euro¹⁰⁶. L'Autorità, in particolare, ha censurato le pratiche commerciali consistenti nel fatto che tali professionisti avevano pubblicizzato, in assenza della necessaria autorizzazione rilasciata dall'ENAC, i servizi di lavoro aereo nonché corsi di addestramento al volo per ottenere la licenza di pilota privato di elicottero o aeroplano, di pilota commerciale, di pilota di linea (*air transport pilot licence*) o un titolo di abilitazione come *Instrument Rating*.

Tutela delle microimprese

La tutela delle microimprese si è concentrata prevalentemente sul versante dell'*e-commerce*. Ciò in quanto le evoluzioni delle tecniche di sviluppo dei modelli imprenditoriali hanno determinato un significativo aumento dell'importanza strategica del web in ordine alla diffusione e promozione delle attività imprenditoriali.

Al riguardo, l'Autorità è intervenuta avverso un'articolata pratica commerciale consistente nella pre-iscrizione, in maniera unilaterale e senza fornire alcun preavviso, dei dati aziendali delle microimprese in una banca dati telematica, al solo scopo di comprimere la loro autonomia negoziale e condizionarne indebitamente il futuro comportamento economico. La pre-registrazione risulta, infatti, propedeutica all'invio di una comunicazione commerciale dai toni intimidatori di cui il professionista si serve per condizionare indebitamente il processo decisionale delle microimprese, affinché le stesse sottoscrivano un abbonamento non richiesto a un servizio di annunci pubblicitari a pagamento. Successivamente alla sottoscrizione di tale abbonamento le microimprese sono destinatarie di ripetuti solleciti di pagamento e proposte transattive, in alcuni casi anche accompagnate dalla minaccia di intraprendere azioni giudiziarie, che il professionista provvede

¹⁰⁵ IP206.

a far pervenire direttamente o attraverso società di recupero crediti.

In tale ambito l'Autorità ha concluso tre distinti procedimenti accertando la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dalle società titolari delle banche dati e, in due casi, anche di società di recupero crediti, prescrivendo nel primo caso una sanzione pari a 500.000 euro e, negli altri, sanzioni di 550.000 euro in ciascun procedimento¹⁰⁷. L'Autorità, in ragione della gravità di tale pratica, ne ha anche *medio tempore* disposto la sospensione in via cautelare.

L'Autorità ha svolto la propria attività di *enforcement* a tutela delle microimprese anche contrastando una differente tipologia di pratica commerciale basata sull'impiego di *database* telematici. Si tratta, invero, di una pratica particolarmente insidiosa in quanto si rivolge alle microimprese appena entrate nel mercato, e si sostanzia nell'invio di una proposta commerciale, nel periodo immediatamente successivo all'iscrizione o annotazione dei destinatari nel registro delle imprese, volta a far sottoscrivere un abbonamento non richiesto a un servizio di annunci pubblicitari a pagamento. La potenzialità lesiva insita in tale tipo di pratica, in particolare, consiste nella capacità di condizionare indebitamente il processo decisionale delle microimprese in relazione alla sottoscrizione dell'abbonamento oneroso, facendo leva sul fatto che le microimprese neocostituite, nella fase iniziale della loro attività di impresa, sanno di dover assolvere a cogenti adempimenti legali di natura patrimoniale riconnessi all'intervenuta registrazione camerale.

L'Autorità, nell'ambito di tale linea di intervento, ha concluso tre distinti procedimenti istruttori, accertando la scorrettezza della pratica commerciale realizzata dai rispettivi professionisti e comminando sanzioni per un totale di 267.000 euro¹⁰⁸.

Infine, tra gli interventi svolti nel 2014 a tutela delle microimprese si segnala anche la conclusione di un procedimento avviato in relazione a servizi di *franchising*. In particolare, è stata accertata la scorrettezza, ai sensi degli artt. 1 e 3 del d.lgs. 145/2007, della condotta di una società specializzata nella vendita di consumabili per stampanti la quale, con messaggi pubblicitari volti a promuovere l'affiliazione di microimprese alla propria rete commerciale, prospettava, con modalità decettive, la possibilità per i punti vendita di conseguire risultati economico-reddittuali annui particolarmente consistenti¹⁰⁹. Dalle risultanze istruttorie è, infatti, emerso che il fatturato medio annuo realizzabile dagli affiliati era di gran lunga inferiore a quello pubblicizzato e che il raggiungimento di risultati apprezzabili presupponeva,

¹⁰⁶ PS9180, PS9207 e PS9264.

¹⁰⁷ PS9026, PS9158 e PS9174.

¹⁰⁸ PS9146, PS9474 e PS9475.

¹⁰⁹ PS8234.

comunque, l'apertura da parte di questi ultimi di ulteriori punti vendita (c.d. *corner*) presso esercizi commerciali terzi. Parimenti ingannevoli sono risultate le affermazioni con cui il professionista prospettava la propria rete commerciale come solida e in crescita e le modalità con cui venivano descritti alcuni dei servizi offerti agli affiliati. L'Autorità ha sanzionato l'operatore coinvolto con un'ammenda di 150.000 euro.

Tutela amministrativa contro le clausole vessatorie

Nel corso del 2014 l'attività dell'Autorità finalizzata alla tutela amministrativa contro le clausole vessatorie di cui all'articolo 37 *bis* del Codice del Consumo ha mantenuto l'approccio "settoriale", già adottato nel 2013, funzionale ad analizzare la modulistica contrattuale standard impiegata nei rapporti con i consumatori dai principali professionisti attivi nel mercato di volta in volta preso in considerazione.

Seguendo tale approccio, nell'anno 2014, l'Autorità ha portato a termine nove procedimenti istruttori per l'accertamento della vessatorietà nel settore della intermediazione immobiliare, cinque nel settore della vigilanza privata e uno nell'ambito dell'attività di assistenza offerta a favore di consumatori che ritengono di aver subito danni da "malasanità".

Tratti comuni di questi procedimenti sono stati, per un verso, che essi si sono conclusi con l'accertamento della vessatorietà delle clausole contrattuali esaminate, per altro verso, che l'Autorità si è resa anche disponibile - nel corso dei medesimi procedimenti - a valutare nuove clausole predisposte dalle imprese interessate che ne avessero fatto richiesta. Ciò al fine di evitare che le stesse venissero a trovarsi in una situazione di incertezza giuridica nello svolgimento della propria attività d'impresa, all'esito dell'accertamento della vessatorietà di talune clausole contrattuali presenti nella propria modulistica o condizioni generali di contratto. In proposito, l'Autorità ha precisato che la presentazione di *nuove clausole* da parte del professionista nel corso del procedimento non è assimilabile a "impegni"¹¹⁰ e l'Autorità dovrà comunque accettare la vessatorietà delle clausole su cui ha avviato l'istruttoria e disporre la pubblicazione dell'estratto del provvedimento di accertamento della vessatorietà sul sito dell'impresa (*ex art. 37 bis, comma 2, Codice del Consumo*).

Nel 2014 l'Autorità ha confermato taluni aspetti rilevanti del suo *enforcement* in materia di clausole vessatorie, relativi in particolare al fatto

¹¹⁰ CV/89 IMMOBILDREAM.

che: *i*) valuta le clausole contenute nei moduli contrattuali o nelle condizioni generali di contratto “in astratto” e non “in concreto”, non potendo entrare nel merito delle vicende dei singoli rapporti contrattuali (che potranno essere eventualmente oggetto di giudizi civili); *ii*) non valuta quelle clausole che nei moduli contrattuali prestampati sono lasciate “in bianco” (ad esempio, sulle penali, sul termine della disdetta, sul foro). Rispetto a esse, tuttavia, l’Autorità si è riservata di valutare la possibile rilevanza, sotto il profilo delle pratiche commerciali scorrette (art. 18 e ss. Codice del Consumo), dei contenuti delle predette clausole nei contratti conclusi con i consumatori.

Deve sottolinearsi il particolare rilievo che ha assunto, nel corso dell’anno, il canone della chiarezza e comprensibilità delle clausole contrattuali nella valutazione di vessatorietà svolta dall’Autorità ai sensi dell’articolo 35, comma 1, del Codice del Consumo¹¹¹.

Nel medesimo periodo sono state ricevute e valutate quattro istanze di interpello preventivo, ai sensi dell’articolo 37 bis, comma 3, del Codice del Consumo, relative ai seguenti compatti: manutenzione e assistenza impianti di ascensore, locazione a lungo termine di autoveicoli e vendita di autoveicoli usati. In un caso, l’istanza è stata ritirata¹¹².

Nei settori della vigilanza privata, dell’autonoleggio a breve termine, dei servizi *fitness*, dei servizi di assistenza per il risarcimento dei danni in casi di “malasanità”, della fornitura di pannelli solari, del credito e delle assicurazioni sono stati posti in essere numerosi interventi di *moral suasion*, consistenti nell’informare per iscritto i vari professionisti di volta in volta interessati della probabile vessatorietà di specifiche clausole relative a contratti dagli stessi predisposti, ai sensi degli articoli 4, comma 5, e 21, comma 4, del regolamento di procedura in materia di clausole vessatorie. Di essi, otto si sono conclusi in maniera positiva nel 2014 con un’archiviazione a seguito dell’eliminazione dei profili di vessatorietà da parte dei professionisti; altri sono ancora in corso a dicembre 2014.

Procedimenti istruttori

a) Attività di intermediazione immobiliare

Nei mesi di giugno, luglio e dicembre 2014 sono state concluse nove istruttorie nei confronti dei principali professionisti attivi nella vendita e locazione di immobili ai consumatori: I.R.I. Divisione Immobili, Gabetti, Toscano, Prelios, FRIMM, Re/MAX, Stima Gest, Buildingcase, Immobildream¹¹³. I procedimenti sono stati avviati a seguito di segnalazioni di consumatori e di alcune associazioni rappresentative degli stessi. Le istruttorie sono state

¹¹¹ Ciò anche alla luce di una importante pronuncia della Corte di Giustizia dell’Unione Europea, resa in sede di rinvio pregiudiziale (sentenza 30 aprile 2014, causa C-26/13, Árpád Kásler ed altri).

¹¹² CVI9.

¹¹³ CV1, CV57, CV58, CV59, CV61, CV62, CV63, CV64, CV89.

condotte sui moduli contrattuali standard usati con i clienti consumatori per il conferimento dell'incarico di mediazione per la vendita o locazione di immobili nonché per la formulazione e raccolta della proposta irrevocabile d'acquisto o di locazione di immobili. A seguito dell'avvio dei procedimenti è stata indetta la consultazione di cui all'articolo 37 bis, comma 1, del Codice del Consumo mediante la pubblicazione, nell'apposita sezione del sito internet dell'Autorità, di comunicati unitamente alle clausole oggetto di valutazione. Alla consultazione hanno partecipato associazioni di consumatori tra le più rappresentative a livello nazionale, alcune delle quali sono state ammesse a partecipare ai procedimenti in quanto segnalanti o intervenienti.

A conclusione delle nove istruttorie, l'Autorità ha deliberato la vessatorietà delle clausole aventi principalmente per oggetto o per effetto quello di: *i*) non rendere chiari e comprensibili gli obblighi conseguenti al patto di esclusiva; *ii*) limitare la libertà contrattuale del consumatore in ragione del rinnovo tacito dell'incarico in esclusiva; *iii*) stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta, al fine di evitare il rinnovo tacito dell'incarico di mediazione; *iv*) applicare al consumatore una penale per inadempimento manifestamente eccessiva in caso di violazione del patto di esclusiva, rinuncia/rifiuto a contrarre, mancato perfezionamento della vendita, indisponibilità a far visitare l'immobile e revoca dell'incarico; *v*) limitare le azioni o i diritti del consumatore nei confronti del professionista inadempiente rispetto agli obblighi di custodia delle chiavi; *vi*) stabilire come sede del foro competente in caso di controversia una località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore; *vii*) limitare la libertà contrattuale del consumatore che formula una proposta di acquisto o locazione irrevocabile, senza prevedere espressamente l'obbligo per il mediatore di comunicare tempestivamente detta proposta al venditore/locatore; *viii*) limitare i diritti e le azioni esercitabili dal promissario acquirente di un immobile in costruzione o da costruire rispetto all'obbligo del venditore/costruttore di procurare la fideiussione a garanzia degli importi versati dall'acquirente nonché l'assicurazione indennitaria a copertura dei danni materiali e diretti all'immobile derivanti da vizi di costruzione, ai sensi del d.lgs. 122/2005; *ix*) consentire al professionista di aumentare il prezzo del bene immobile senza che il consumatore possa recedere ove il prezzo finale sia eccessivamente elevato rispetto a quello originariamente convenuto; *x*) estendere l'adesione del consumatore a clausole che non ha avuto modo di conoscere prima della conclusione del contratto; *xi*) prevedere penali a carico del consumatore, senza fare salve le ipotesi in cui ricorra un giustificato motivo.

Già nel corso dei procedimenti, l'Autorità ha valutato, su richiesta della quasi totalità delle imprese coinvolte, nuove clausole che le parti intendevano sostituire a quelle oggetto di istruttoria per rimuovere i profili

di criticità loro contestati.

Tutti i professionisti cui è stata comunicata la decisione assunta dall'Autorità hanno ottemperato all'ordine di pubblicazione dell'estratto del provvedimento, tranne uno, nei cui confronti è stato avviato un procedimento di inottemperanza, ai sensi dell'articolo 37 *bis*, comma 2, Codice del Consumo¹¹⁴.

Nel medesimo settore, nel corso del 2014 è stato altresì svolto un intervento di *moral suasion* nei confronti di Tecnocasa/Tecnorete con riguardo a profili riguardanti la chiarezza del contenuto della clausola sull'esclusiva e l'accettazione di proposta conforme.

b) Servizi di vigilanza privata

Nei mesi di giugno e dicembre 2014 sono state concluse cinque istruttorie nel settore della vigilanza privata aventi a oggetto clausole contenute in moduli contrattuali e condizioni generali di contratto adottate da parte di Globo Vigilanza Srl, Securpol Group Srl, Sicuritalia Group Holding Spa, Corpo Vigili Giurati Spa e i Pretoriani Srl di cui è stata accertata la vessatorietà¹¹⁵.

In particolare, si trattava di clausole idonee a: *i*) limitare le azioni o i diritti del consumatore in caso di inadempimento totale o parziale o di adempimento inesatto da parte del professionista e sancire a carico del consumatore decadenze, limitazioni della facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova; *ii*) stabilire un termine eccessivamente anticipato rispetto alla scadenza del contratto per comunicare la disdetta, al fine di evitare la tacita proroga o rinnovazione; *iii*) 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 elevato; *iv*) limitare il diritto di recesso del consumatore; *v*) imporre come sede del foro competente sulle controversie località diversa da quella di residenza o domicilio elettivo del consumatore; *vi*) determinare, in generale, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

A seguito dell'avvio dei procedimenti è stata indetta la consultazione di cui all'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo mediante la pubblicazione nell'apposita sezione del sito internet dell'Autorità di un comunicato unitamente alle clausole oggetto di valutazione. Alla consultazione hanno partecipato associazioni di consumatori tra le più rappresentative a livello nazionale, alcune delle quali sono state ammesse a partecipare ai procedimenti.

¹¹⁴ IP213.

¹¹⁵ CV99, CV100, CV101, CV113, CV114.

Già nel corso del procedimento, le imprese coinvolte hanno adottato iniziative tese a rimuovere i profili di vessatorietà rilevati, apportando alle clausole esaminate modifiche che sono state valutate in sede di provvedimento finale. Infine, in esito all'accertamento della vessatorietà, le imprese hanno ottemperato all'ordine di pubblicazione dell'estratto del provvedimento adottato dall'Autorità, ciascuna sul proprio sito internet.

Nei confronti di un operatore attivo nel medesimo settore, e relativamente a profili di vessatorietà di minore gravità presenti nel modulo contrattuale per la fornitura di servizi di vigilanza privata, l'Autorità ha posto in essere interventi di *moral suasion*, al fine di promuovere la rimozione dei profili di vessatorietà rilevati.

c) Servizi di assistenza nei casi di danni da “malasanità”

Nel mese di agosto 2014 è stata portata a termine l'istruttoria nei confronti di Obiettivo Risarcimento Srl, società che offre un'attività di assistenza a consumatori che ritengano di aver subito danni da “malasanità”¹¹⁶.

Sono state oggetto di valutazione: *i*) clausole relative all'individuazione del corrispettivo in caso di esito positivo dell'attività svolta dal professionista, redatte in modo non chiaro e comprensibile; *ii*) clausole in tema di revoca del mandato e di violazione dell'esclusiva volte a imporre penali di importo eccessivamente oneroso, limitando i diritti e le azioni del consumatore nell'ipotesi di inadempimento del professionista; *iii*) clausole volte a individuare un foro competente diverso da quello di residenza o di domicilio elettivo del consumatore.

Nel corso del procedimento è stata svolta la consultazione prevista dall'articolo 37 *bis*, comma 1, del Codice del Consumo, tramite la pubblicazione di un comunicato nell'apposita sezione del sito internet istituzionale dell'Autorità, alla quale hanno risposto alcune delle associazioni di consumatori più rappresentative a livello nazionale.

A conclusione del procedimento, l'Autorità ha accertato la vessatorietà delle clausole presenti nel modulo contrattuale utilizzato dal professionista, valutando contestualmente anche le nuove clausole predisposte dallo stesso professionista per far venire meno i profili di vessatorietà rilevati.

Si evidenzia, infine, che, nei confronti di due operatori attivi nel medesimo settore (Periplo Familiare e Sportello Legale Sanità), e relativamente a profili di vessatorietà di minore gravità presenti in clausole di contratti per la fornitura di servizi di assistenza in casi di “malpratica sanitaria”, l'Autorità ha svolto altrettanti interventi di *moral suasion*.

¹¹⁶ CV92.

*Istanze di interpello**a) Contratto di locazione di veicoli a lungo termine*

Nel settore dell'autonoleggio a lungo termine, è pervenuta una istanza di interpello, ai sensi dell'art. 37 *bis* del Codice del Consumo, volta a sottoporre all'Autorità la valutazione delle clausole riguardanti, in particolare, la disdetta degli ordini, il servizio c.d. di "prelease", le limitazioni di responsabilità, l'assistenza stradale, il veicolo sostitutivo, la risoluzione anticipata del noleggio, il diritto di recesso ed il foro competente¹¹⁷.

In proposito, l'Autorità ha ritenuto che le disposizioni contrattuali sottoposte a interpello non presentassero profili di vessatorietà, anche in relazione al possibile contrasto con i canoni di chiarezza e comprensibilità di cui all'art. 35, comma 1, del Codice del Consumo.

b) Contratto di acquisto di autoveicoli usati

Nel settore dell'acquisto dei veicoli usati, è pervenuta una istanza di interpello volta a sottoporre all'Autorità la valutazione delle clausole riguardanti in particolare la disciplina della consegna del bene acquistato, il regime di responsabilità del professionista, il diritto di recesso ed il foro competente¹¹⁸.

Anche in questo caso, l'Autorità ha ritenuto che le disposizioni contrattuali sottoposte a interpello non presentassero alcun profilo di vessatorietà.

c) Contratti per la manutenzione di ascensori

Nel 2014 è stata valutata un'istanza di interpello da parte di un'impresa avente a oggetto una clausola da inserire nei contratti *standard* per la manutenzione degli ascensori¹¹⁹. La clausola, ritenuta non vessatoria, prevede che l'eventuale recesso del cliente-consumatore/condominio sia efficace a seguito del pagamento dei canoni maturati per i servizi di manutenzione già prestati dal professionista, facendo salva l'ipotesi che siano state contestate inadempienze da parte di quest'ultimo.

Ulteriori interventi di moral suasion

Nel 2014 sono state condotte con esito positivo ulteriori iniziative di *moral suasion* in diversi settori economici quali credito, assicurazioni, autonoleggio e servizi *fitness*, ai sensi degli articoli 4, comma 5, e 21, comma 4, del regolamento di procedura in materia di clausole vessatorie.

¹¹⁷ CVI7.

¹¹⁸ CVI8.

¹¹⁹ CVI10.