



# *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 novembre 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, *Regolamento*), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LE PARTI**

1. Link S.r.l., (di seguito anche Link) in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lett *b*) del Codice del Consumo. La società è attiva nel commercio a domicilio di molteplici prodotti per la casa, ionizzatori d'acqua ed accessori per auto mediante l'intervento di un dimostratore. Il fatturato realizzato nell'esercizio 2016 è pari a circa 1,4 milioni di euro<sup>1</sup>.

2. A.E.C.I. Associazione Europea Consumatori Indipendenti in qualità di associazione segnalante.

---

<sup>1</sup> Doc. 28

## II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne le condotte poste in essere dal professionista che, in linea di massima, si possono riassumere nel seguente iter consistente nel: a) contattare telefonicamente i consumatori, occultando la natura commerciale della comunicazione e facendo loro credere di poter ricevere senza alcuna obbligazione di pagamento un apparecchio per il trattamento dell'acqua, essendo risultati vincitori di un presunto concorso a premi (sulla base di alcune segnalazioni tale condotta risultava a volte preceduta da un contatto telefonico in cui si richiedeva di rispondere ad un sondaggio); b) in occasione di una prima visita domiciliare, fornire ai consumatori erronee informazioni circa i reali importi da corrispondere e far apporre al cliente la propria firma su un modulo prestampato, impegnandolo così, in modo non consapevole, in un contratto per l'acquisto dell'apparecchio ad un prezzo di rilevante entità; c) a seguito di tale impegno assunto, consegnare e installare l'apparecchio; d) palesare, in una successiva visita, il reale contenuto della obbligazione sottoscritta, sottolineando che ormai erano trascorsi i 14 giorni previsti per il diritto di recesso, in maniera tale da renderne impossibile l'esercizio e sollecitando in modo pressante il versamento di un importo di ragguardevole entità, anche mediante l'accensione di un finanziamento.

## III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

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

4. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 14 luglio 2017 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10927 per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 23, lettere *u)* e *aa)*, 24, 25, comma 1, lettera *d)* e 26, lettera *h)* del Codice del Consumo con contestuale richiesta di informazioni<sup>2</sup>.

5. In data 31 agosto 2017 è pervenuta la memoria difensiva del professionista<sup>3</sup>.

6. In data 28 settembre 2017 è stata comunicata alle Parti la data di

---

<sup>2</sup> Doc. n. 19 e 20

<sup>3</sup> Doc. n. 28

conclusione della fase istruttoria<sup>4</sup> ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

## 2) *Le evidenze acquisite*

7. Sulla base di numerose e concordanti segnalazioni pervenute da consumatori e da associazioni di consumatori, è stato possibile individuare una pratica ricorrente, caratterizzata dal susseguirsi di condotte realizzate in diverse fasi. In particolare, il professionista effettuava un primo contatto telefonico con i consumatori col pretesto di svolgere un sondaggio sulla qualità dell'acqua<sup>5</sup> e, successivamente, per informarli di aver vinto un "*kit promozionale*" per il trattamento dell'acqua, così ottenendo il consenso a recarsi presso il domicilio degli stessi.

8. Dalla documentazione fornita dallo stesso professionista, relativa agli *script* utilizzati dagli addetti al *call center*, emerge come, nel corso del secondo contatto telefonico, l'operatore faccia più volte riferimento al fatto che il consumatore può ricevere in omaggio un apparecchio per il trattamento dell'acqua ("*selezionato tra diversi nominativi per ricevere a titolo di omaggio un purificatore per l'acqua*", "*l'assegnazione è completamente gratuita*", "*il test è gratuito*", "*l'assegnazione dell'omaggio*").<sup>6</sup>

9. Sulla base delle segnalazioni ricevute emerge, inoltre, che, in occasione della conseguente visita domiciliare, gli incaricati della Link prospettavano ai potenziali clienti la possibilità di usufruire dell'installazione gratuita dell'apparecchio, a fronte del pagamento di una quota mensile di ridotta entità per l'acquisto dell'apparecchio stesso<sup>7</sup>. Secondo altre segnalazioni, invece, gli incaricati comunicavano al consumatore che l'apparecchio suddetto sarebbe stato fornito gratuitamente, a fronte dell'impegno a sostenere costi esigui riguardanti il ricambio dei filtri e delle bombole del gas<sup>8</sup>. I consumatori venivano così indotti a sottoscrivere un modulo, senza rendersi conto che si trattava di un contratto col quale si impegnavano all'acquisto del "*kit promozionale Link*", accettando condizioni economiche ben più gravose di quanto prospettato. Secondo un segnalante, il modulo sottoscritto risultava retrodatato, impedendo così l'esercizio del diritto di

---

<sup>4</sup> Doc. n. 29 e 30

<sup>5</sup> Cfr. doc. n. 3,5,8,13,14,17.

<sup>6</sup> Cfr. doc. n. 28 del fascicolo.

<sup>7</sup> Cfr. doc. n. 3.

<sup>8</sup> Cfr. doc. n. 1 e 8.

recesso<sup>9</sup>.

10. In particolare, il modulo fatto sottoscrivere al consumatore precisa che, in realtà, il consumatore ha deciso di “acquistare il **“KIT PROMOZIONALE LINK”** per il trattamento acque che avrà, a titolo esemplificativo, un’**INCIDENZA** mensile pari a € 32 in 13 anni, per un importo contrattuale nominale di € 4.992,00 ivato, che definirò con il funzionario LINK”.

11. Sul modulo da far firmare al consumatore, in occasione della visita domiciliare, il tecnico della Link apponeva a penna la dicitura “14 gg uso gratuito dall’installazione” oppure “prova gratuita per 14 giorni dall’installazione” insieme all’affermazione orale che la risoluzione sarebbe potuta avvenire entro 14 giorni mediante semplice telefonata<sup>10</sup>. Inoltre, il tecnico scriveva a penna sul modulo “il pagamento viene definito con responsabile commerciale”<sup>11</sup>.

12. Nel corso di un successivo incontro, gli incaricati renderebbero per la prima volta palesi i termini dell’offerta in esame, rappresentando che il modulo sottoscritto è un vero e proprio contratto e che con esso i consumatori si sono vincolati a versare l’importo di circa 5.000 euro quale corrispettivo dovuto per l’acquisto dell’apparecchio. Il professionista quindi negherebbe la possibilità di recedere dal contratto sottoscritto e rappresenterebbe che in caso di mancato adempimento da parte del consumatore la società avrebbe dato luogo ad un’azione legale nei confronti del cliente<sup>12</sup>, offrendo la possibilità di sottoscrivere un finanziamento per adempiere agli obblighi contrattuali o una riduzione dell’importo. In alcuni casi sarebbe stato comunicato al cliente che il recesso non era più consentito e che era possibile rescindere il contratto soltanto pagando una penale pari al 30% del prezzo dell’apparecchio<sup>13</sup>.

13. Secondo alcune segnalazioni, il tecnico della Link si sarebbe recato presso il domicilio del consumatore al fine di disinstallare l’apparecchio non più voluto dal consumatore, solo dopo trascorsi 14 giorni<sup>14</sup>.

---

<sup>9</sup> Cfr. doc. n. 3.

<sup>10</sup> Cfr. doc. n. 8 e 13.

<sup>11</sup> Cfr. n. 5 e 14.

<sup>12</sup> Cfr. doc. n. 1

<sup>13</sup> Cfr. doc. n. 5 e 14.

<sup>14</sup> Cfr. doc. n. 1 e 13.

### 3) Le argomentazioni difensive della Parte

14. Il professionista ha rappresentato di aver deciso di sospendere, a partire dal 31 marzo 2017, il ramo commerciale della vendita di depuratori d'acqua attivo sin dal 2013. Inoltre, la società precisa di non aver mai messo in atto alcun concorso a premi<sup>15</sup>.

## IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

15. La pratica commerciale descritta al punto II della presente comunicazione risulta in contrasto con gli articoli 20, 21, 22, 23, lettere *u*) e *aa*), 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, lettera *h*) del Decreto Legislativo 6 settembre 2005 n. 206, recante "*Codice del Consumo*", in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante azioni ingannevoli e aggressive, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'offerta del professionista.

16. In particolare, la pratica scorretta consiste, in una prima fase, nella diffusione di un messaggio ingannevole per i consumatori, ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 23, lettere *u*) e *aa*) del Codice del Consumo. Il professionista, infatti, risulta aver inizialmente contattato telefonicamente i consumatori, occultando la reale natura commerciale della comunicazione, facendo loro credere di poter ricevere gratuitamente un apparecchio per il trattamento dell'acqua, essendo stati selezionati tra diversi nominativi e omettendo di precisare fin da subito il reale impegno di spesa richiesto al consumatore pari a quasi 5.000 euro.

17. Tali circostanze emergono dagli stessi *script* utilizzati dagli operatori telefonici forniti dal professionista, che omettono ogni riferimento all'impegno di spesa richiesto e insistono ripetutamente sul carattere asseritamente gratuito dell'iniziativa ("*selezionato tra diversi nominativi per ricevere a titolo di omaggio un purificatore per l'acqua*", "*l'assegnazione è completamente gratuita*", "*il test è gratuito*", "*l'assegnazione dell'omaggio*").

18. Malgrado nei suddetti *script* non si faccia riferimento al fatto che il consumatore contattato era risultato vincitore di un presunto concorso a premi e preso atto che il professionista ha dichiarato di non averne mai realizzato alcuno, si può ritenere che il riferimento ad esso si sia in realtà più

---

<sup>15</sup> Cfr. doc. n. 28

volte verificato nel corso delle telefonate effettuate, dal momento che le segnalazioni pervenute sono concordi nel sostenere che Link lasciava intendere di una presunta vincita in esito ad un sorteggio per aver partecipato ad un sondaggio, risultando ciò coerente con la finalità di mascherare la natura commerciale onerosa dell'iniziativa, che avrebbe potuto portare ad un rifiuto di un appuntamento per una visita domiciliare.

19. Nel corso della prima visita presso il domicilio del cliente, l'agente di vendita, perpetrando l'equivoco circa la sostanziale gratuità dell'iniziativa (il cui unico costo viene presentato come circoscritto ad una esigua spesa per il ricambio dei filtri), faceva apporre al cliente la propria firma su un modulo prestampato, in realtà un contratto di acquisto, sul quale l'agente aveva apposto a mano le diciture: "*prova gratuita per 14 giorni dall'installazione*" o altra equivalente, idonea a ingenerare confusione nel consumatore sull'effettiva durata del periodo di recesso e "*il pagamento viene definito con responsabile commerciale*", idonea a trarre in inganno lo stesso relativamente al prezzo reale del prodotto.

20. Inoltre, la modulistica utilizzata dal professionista e acquisita agli atti risulta confusoria e inadeguata a rappresentare con chiarezza e immediatezza la reale natura del contratto, determinando una sottoscrizione inconsapevole dello stesso da parte dei consumatori. Infatti, il professionista omette di indicare chiaramente in fase precontrattuale alcuni obblighi di informazione, connessi alla commercializzazione dei prodotti, previsti dal diritto comunitario (e recepiti a livello nazionale nell'art. 49 del Codice del Consumo) e rilevanti per le scelte di acquisto dei consumatori, quali principalmente il prezzo totale dei beni e le modalità di pagamento, la cui definizione, riportata in via esemplificativa, viene rinviata ad un successivo incontro con un funzionario Link.

Da tale punto di vista, dunque, la condotta del professionista nella fase di "aggancio" del consumatore, attraverso un primo contatto telefonico e al momento della prima visita domiciliare, risulta ingannevole e omissiva ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 23, lettere *u)* e *aa)* del Codice del Consumo.

21. Nel corso di una successiva visita domiciliare, il professionista palesa, infine, il reale contenuto della obbligazione sottoscritta, lasciando intendere che non sia più possibile esercitare il diritto di recesso e sollecitando in modo reiterato e pressante il consumatore affinché provveda al versamento di un importo di ragguardevole entità, anche mediante l'accensione di un finanziamento.

22. Tale condotta risulta, pertanto, idonea a condizionare indebitamente la

libertà di scelta dei consumatori, attraverso la neutralizzazione dell'esercizio del diritto di recesso nonché attraverso la pressante e insistente richiesta di onorare un impegno non consapevolmente sottoscritto dal consumatore, risultando in tal modo aggressiva ai sensi degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera d), e 26, lettera h).

## V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

23. 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.

24. 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.

25. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della non marginale dimensione economica del professionista che nel corso del 2016 ha realizzato un fatturato pari a circa 1,4 milioni di euro. Va considerata, inoltre, la rilevante gravità del pregiudizio arrecato, suscettibile di tradursi in un danno economico effettivo per i consumatori, che risultano non solo ingannati, in una prima fase, circa un elemento essenziale per le loro scelte economiche, quale la presunta gratuità dell'iniziativa (in base alla quale essi vengono indotti a concedere un appuntamento con l'agente di vendita), ma anche vessati da una condotta aggressiva del professionista, dal momento che, in una successiva visita, viene preteso in modo pressante il rispetto di una obbligazione assunta in modo non consapevole, in una situazione di particolare debolezza quale quella di una vendita presso il proprio domicilio.

26. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le condotte in esame sono state poste in essere a decorrere dal mese di novembre 2016<sup>16</sup>, data a cui si riferiscono i fatti rappresentati nella prima segnalazione pervenuta, almeno sino al mese di giugno 2017, data a cui si riferiscono i fatti rappresentati nell'ultima segnalazione

---

<sup>16</sup> Doc. 1 .

pervenuta<sup>17</sup>.

27. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Link S.r.l. nella misura di 70.000 € (settantamila euro).

RITENUTO, pertanto, che la pratica commerciale in esame, articolata in diverse condotte realizzate in diverse fasi temporali, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 23, lettere *u*) e *aa*), 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, lettera *h*) del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la vendita a domicilio secondo modalità ingannevoli e aggressive, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal professionista;

#### DELIBERA

a) che le condotte descritte al punto II del presente provvedimento, poste in essere da Link S.r.l., costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 23, lettere *u*) e *aa*), 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, lettera *h*) del Codice del Consumo e ne vieta la continuazione;

b) di irrogare a Link S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 70.000 € (settantamila euro);

c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di 60 giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di home-banking e CBI

---

<sup>17</sup> Doc. 21 .



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).

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 della documentazione attestante il versamento effettuato.


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

Ai sensi dell'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 Chiappa*



IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

