

PS8985 - ARMANI-PRODOTTI CONTRAFFATTI

Provvedimento n. 24703

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 10 dicembre 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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

VISTO l'articolo 23, comma 12-quinquiesdecies, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

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;

VISTO il proprio provvedimento dell'11giugno 2013, con il quale è stata deliberata la adozione della misura cautelare, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Sig. Adam Dormain, titolare nonché registrant del nome a dominio *emporioarmaniwatchesuk.uk.com* attestato all'indirizzo IP 87.117.229.23;

2. Adoc, associazione a tutela dei consumatori e Indicam, Istituto Centromarca per la lotta alla contraffazione, in qualità di segnalanti.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista che, utilizzando il nome a dominio *emporioarmaniwatchesuk.uk.com* attestato all'indirizzo IP 87.117.229.23, pubblicizzava orologi a marchio Emporio Armani lasciando intendere ai visitatori del sito *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com* che i prodotti venduti fossero originali e venissero offerti ai consumatori a prezzi particolarmente convenienti.

4. Nelle segnalazioni si evidenzia che le informazioni presenti sul sito *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com* risulterebbero idonee ad ingannare i consumatori inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che diversamente non avrebbero preso. Infatti, gli orologi pubblicizzati come prodotti a marchio Emporio Armani risulterebbero, in realtà contraffatti.

5. La circostanza che si tratta di prodotti non originali emerge dalla segnalazione dell'associazione Indicam, che ha inoltrato all'Autorità la denuncia del titolare del marchio Emporio Armani il quale, a fronte di lamentele di alcuni acquirenti, afferma di aver proceduto, attraverso i propri tecnici, ad una puntuale verifica del sito di vendita monomarca *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com* per determinare se i prodotti offerti in vendita fossero originali.

6. Anche secondo la denuncia dell'associazione di consumatori, la struttura del sito avrebbe indotto alcuni acquirenti ad effettuare la transazione immaginando di acquistare sul sito *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com*, ad un prezzo outlet, un prodotto originale, che in realtà è poi risultato essere un prodotto contraffatto. Nella segnalazione si evidenzia inoltre, che, anche le informazioni contenute alla pagina "Return and Exchange" in merito ai diritti riconosciuti agli acquirenti dal Codice del Consumo risultano non corrette, sia in merito alla fase post vendita, ovvero alla garanzia sul prodotto, che in merito all'esercizio del diritto di recesso e di ripensamento. Infatti, alla pagina "Return and Exchange", vengono fornite informazioni confuse sulle modalità di resa del prodotto e di ripensamento e non vengono rese note le informazioni sull'esistenza della garanzia legale obbligatoria ai sensi degli artt. 130 e seguenti del Codice del Consumo. Il sito non indica, poi, alcun indirizzo geografico e/o identità del professionista a cui potersi rivolgere in caso di reclami ad esclusione dell'indirizzo email: *service@emporioarmaniwatchesuk.uk.com*.

7. L'associazione di consumatori, inoltre evidenzia che l'insidiosità della pratica risiede anche nella particolare attrattiva generata da un prodotto di grande moda ed attualità come gli orologi Armani. Il professionista amplifica l'effetto aggancio del proprio sito in quanto propone già nella home-page la spedizione gratuita del prodotto oltre ad un ipotetico ulteriore sconto applicato in caso di acquisto immediato. Inoltre, in tutto il sito *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com* scorrono in *super* le immagini e le foto tratte dal sito originale *www.armaniwatches.com* e si può accedere a tutto il catalogo di prodotti attualmente in vendita risparmiando dal 50% al 70% del prezzo ufficiale.

8. Ciò premesso, i comportamenti così come sopra descritti potrebbero integrare tre distinte pratiche commerciali scorrette poste in essere in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere a), b), f) e g), comma 2, lettera a), 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), 23, comma 1, lettera b), 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

Pertanto, in data 31 maggio 2013, è stato avviato il procedimento istruttorio PS/8985 contestando al professionista le seguenti pratiche:

a) Vendita di prodotti contraffatti

9. Attraverso il proprio sito internet *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com.*, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza alla natura ed alle caratteristiche del prodotto offerto facendo presumere, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale Emporio Armani ed utilizzando illecitamente il relativo marchio senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta potrebbe integrare una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli articolo 20, 21, comma 1, lettere a), b) ed e), comma 2, lettera a), e 23, comma 1, lettera b).

b) Omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita

10. In violazione degli articolo 20, 21, comma 1, lettere f) e g), e 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), il professionista avrebbe omesso di indicare sul sito *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com.* la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita incluso il diritto di sostituzione o rimborso ed ivi inclusa l'esistenza del diritto di recesso e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

c) Mancata prestazione della garanzia legale di conformità

11. Il professionista, inoltre, proponendo prodotti contraffatti, che per loro natura non possono essere protetti dalla garanzia della casa madre, ha disatteso completamente la disciplina in materia di garanzia legale di conformità di cui al Titolo III, Parte IV, del Codice del Consumo, secondo la quale, in caso di difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene e che si manifesti entro 2 anni dalla consegna stessa, il consumatore ha diritto, nei confronti del venditore, al ripristino, senza spese, della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione, ovvero, in subordine (nei casi previsti dal comma 7 dell'articolo 130), ad una adeguata riduzione del prezzo od alla risoluzione del contratto. Trattandosi nel caso di specie, di un prodotto contraffatto venduto per originale al consumatore di fatto è precluso l'esercizio di ogni suo diritto e pertanto il comportamento descritto potrebbe integrare una violazione degli artt. 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

12. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 31 maggio 2013, è stato avviato il procedimento istruttorio PS8985, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'articolo 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza delle pratiche commerciali scorrette su indicate in violazione degli artt. 20, 21 comma 1 lettere a), b), f), e) e g), comma 2, lettera a), 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), 23, comma 1, lettera b), 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, poste in essere dal Sig. Adam Dormain.

13. L'Autorità, con delibera adottata nella riunione dell'11 giugno 2013, ha disposto che, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 3, del Regolamento, il Sig. Adam Dormain sospendesse ogni attività diretta a diffondere i contenuti del nome a dominio *emporioarmaniwatchesuk.uk.com* attestato all'indirizzo IP 87.117.229.23 accessibile mediante richieste di connessione provenienti dal territorio italiano.

14. Con la stessa delibera, l'Autorità ha disposto, ai sensi degli artt. 14, comma 3, 15, comma 2 e 16, comma 3 del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, che i soggetti di cui alle stesse norme, che rendevano accessibile il sito *internet* individuato dal nome a dominio *emporioarmaniwatchesuk.uk.com*, precludessero, in caso di mancata ottemperanza dal parte del Sig. Adam Dormain, le richieste di accesso a tale sito provenienti da utenti connessi ad *internet* dal territorio italiano.

15. Non avendo il Sig. Adam Dormain partecipato in alcun modo al procedimento che ha portato all'adozione da parte dell'Autorità del provvedimento di sospensione cautelare delle pratiche di cui trattasi, l'Autorità ha richiesto la diretta collaborazione dei militari del Gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza, ai sensi dell'articolo 3, comma 1, del Decreto Legislativo 19 marzo 2001, n. 6, per rendere esecutivo il provvedimento cautelare.

16. Nello specifico, è stato richiesto ai militari del Gruppo Antitrust del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza di provvedere ad ogni attività necessaria a far sì che i soggetti di cui agli articoli 14, comma 3, 15, comma 2, e 16, comma 3, del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70, che rendevano accessibile il nome a dominio *emporioarmaniwatchesuk.uk.com* attestato all'indirizzo IP 87.117.229.23 impedissero l'accesso al medesimo sito web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete *internet* provenienti dal territorio italiano.

17. Il provvedimento è stato reso esecutivo in data 20 giugno 2013.

18. In data 16 ottobre 2013, è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria.

2) Le evidenze acquisite

19. La circostanza che le informazioni fornite sul sito *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com* fossero idonee ad indurre in errore i destinatari in merito alle caratteristiche dei prodotti posti in vendita è emerso dalla segnalazione inviata all'Autorità dall'associazione Indicam. La citata associazione ha inoltrato all'Autorità la denuncia del titolare del marchio Emporio Armani il quale, a fronte delle lamentele di alcuni acquirenti in merito alla qualità dei prodotti pubblicizzati ed avendo ricevuto richieste di prestazione della garanzia sugli stessi da parte di alcuni acquirenti, afferma di aver proceduto, attraverso i propri tecnici, ad una puntuale verifica del sito di vendita monomarca *www.emporioarmaniwatchesuk.uk.com* per determinare se i prodotti ivi pubblicizzati fossero o meno originali. Da quanto affermato dal titolare del marchio Emporio Armani risulta che tutti gli articoli venduti erano prodotti contraffatti.

20. Inoltre, sul sito di cui trattasi alla pagina "Return and Exchange", venivano fornite informazioni esclusivamente sulle modalità di spedizione dei prodotti eventualmente ordinati ma risultavano assenti tutte le informazioni relative al diritto di recesso e di ripensamento oltre che le informazioni in merito all'esistenza della garanzia legale obbligatoria ai sensi degli artt. 130 e seguenti del Codice del Consumo. I siti non indicavano, poi, alcun indirizzo geografico preciso e/o l'identità del professionista a cui gli acquirenti potessero rivolgersi in caso di reclami.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

21. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento nonché a seguito del provvedimento cautelare adottato dall'Autorità nella sua adunanza dell'11 giugno 2013, il Sig Adam Dormain, titolare del sito oggetto del procedimento, non ha in alcun modo partecipato al procedimento stesso né depositato memorie difensive, né provveduto a trasmettere la richiesta relazione in merito alle misure intraprese per adempiere a quanto deliberato dall'Autorità con il citato provvedimento cautelare.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

22. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 7 novembre 2013, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

23. Con parere pervenuto in data 5 dicembre 2013, la suddetta Autorità ha ritenuto che le pratiche commerciali in considerazione risultano scorrette ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere b) ed f), comma 2, lettera a), 22, commi 1 e 4, lettere b) ed e), nonché dell'articolo 59 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni.

24. Nella valutazione delle pratiche commerciali in esame assume rilevanza la notorietà del marchio contraffatto (Armani) «*e la grande attrattiva che l'offerta di prodotti di grande moda ed attualità così contraddistinti a prezzi particolarmente vantaggiosi può esercitare sul consumatore medio*».

25. I siti attraverso i quali il professionista promuove i prodotti contraffatti «*sono presentati come un outlet on-line di prodotti di marca e sono strutturati in maniera identica o molto simile a quelli che pubblicizzano i prodotti originali*».

26. Il professionista non ha fatto pervenire memorie e nessuna delle informazioni richieste dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

27. Le condotte oggetto di contestazione «*per la formulazione e la presentazione dei messaggi in cui le stesse consistono, possono indurre il consumatore medio a ritenere di acquistare prodotti originali a prezzi fortemente scontati grazie agli effetti della loro commercializzazione su di un mercato mondiale*», là dove le informazioni fornite non risultano invece essere corrette, essendo al contrario «*assolutamente fuorvianti e non idonee ad informare il consumatore medio sulle effettive caratteristiche dei prodotti, sulla loro origine commerciale, sul reale valore e qualità degli stessi*». In specie, l'utilizzo di marchi particolarmente noti al grande pubblico, è idoneo a produrre una situazione di confusione rispetto all'origine commerciale dei prodotti,

28. Sotto il profilo della completezza dell'informazione, rilevano tra l'altro le seguenti informazioni: «*(i) l'indirizzo geografico e l'identità del professionista [...]; (ii) l'esistenza di un diritto di recesso*» mentre, nel caso in esame, «*il professionista omette completamente [...] di mettere a disposizione queste informazioni*».

29. Non vi è, infine, alcuna «*evidenza delle modalità di produzione dei beni commercializzati attraverso i siti in considerazione, né vi sono garanzie che la realizzazione degli stessi sia sottoposta agli standard qualitativi imposti dalla normativa vigente*».

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

30. Il procedimento in oggetto è diretto ad accertare l'eventuale scorrettezza delle pratiche commerciali su descritte poste in essere dal professionista, consistenti nella vendita *on line* ai consumatori italiani di orologi a marchio Emporio Armani presentati come prodotti originali risultati in realtà prodotti contraffatti.

31. Ciò premesso, si rileva che le fattispecie descritte nel precedente punto II, lettere a) b) e c), costituiscono due distinte pratiche commerciali scorrette, singolarmente ed autonomamente valutabili. La pratica c), nel caso di specie risulta assorbita nella pratica a) tenuto conto che l'acquisto di un prodotto non originale non consente in alcun modo agli acquirenti di poter usufruire né della garanzia legale, in quanto comunque il prodotto eventualmente sostituito sarà sempre non originale, né tanto meno della garanzia di conformità del produttore in quanto i beni venduti sul sito

de quo non rientrano nel novero di quelli prodotti dal titolare del marchio. Le pratiche di cui trattasi, infatti, si presentano come strutturalmente autonome sia in ragione della fase del rapporto di consumo cui attengono, sia in ragione delle modalità di coartazione della volontà del consumatore.

a) Vendita di prodotti contraffatti

32. Con specifico riguardo alla vendita di prodotti attraverso il sito internet www.emporioarmaniwatchesuk.com, si rileva che dagli atti acquisiti in istruttoria è risultato che il professionista ha fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita facendo presumere al consumatore, contrariamente al vero, di essere un distributore autorizzato Emporio Armani e di vendere prodotti originali, risultati in realtà prodotti contraffatti. Sul punto risulta agli atti che il titolare del marchio Emporio Armani, in ragione di numerose segnalazioni ricevute da clienti raggirati, ha fatto visionare il sito dai propri tecnici ed ha pertanto segnalato all'Autorità che tutti gli orologi ivi venduti risultavano contraffatti.

33. La percezione che i prodotti venduti fossero orologi originali a marchio Emporio Armani era avvalorata dalla struttura del sito che appariva un vero e proprio clone del sito originale oltre al fatto che le informazioni ivi presenti e le immagini relative all'intero catalogo di orologi Emporio Armani risultavano già di per se idonee ad indurre in errore i visitatori. A ciò si aggiunga che, anche il prezzo degli articoli proposti si poneva in linea con i prezzi outlet dei prodotti dei grandi marchi amplificando ulteriormente la percezione dei destinatari di essere entrati in siti outlet di articoli originali e non certamente in siti che vendevano orologi contraffatti come poi risultato agli atti.

34. La pratica commerciale in contestazione appare particolarmente insidiosa nella sua idoneità ad alterare le scelte dei consumatori ed a trarli in inganno, in quanto la struttura ed in particolare la grafica utilizzata era idonea ad ingenerare nei consumatori attratti dal sito la convinzione di poter acquistare un prodotto originale ad un prezzo outlet.

35. Sul punto si rileva che il sito *de quo*, consentiva la possibilità di acquistare i vari orologi con diverse monete, con ciò avvalorando ulteriormente la percezione che il prezzo particolarmente conveniente potesse derivare dalla circostanza che si trattasse di un distributore di prodotti originali Emporio Armani che poteva pertanto sfruttare gli indubbi vantaggi derivanti dalla globalizzazione dei mercati in un periodo di profonda crisi economica.

36. È evidente che trattandosi di orologi non originali gli acquirenti convinti di aver acquistato prodotti originali a marchio Emporio Armani sono stati di fatto privati della possibilità di poter usufruire della prestazione della garanzia legale e di conformità. Il Titolo III, Parte IV, del Codice del Consumo, prevede infatti, che in caso di difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene e che si manifesti entro 2 anni dalla consegna stessa, il consumatore ha diritto, nei confronti del venditore, al ripristino, senza spese, della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione, ovvero, in subordine (nei casi previsti dal comma 7 dell'articolo 130), ad una adeguata riduzione del prezzo od alla risoluzione del contratto.

37. Trattandosi nel caso di specie, di prodotti contraffatti venduti per originali al consumatore di fatto è stato precluso l'esercizio di ogni suo diritto in quanto i prodotti di cui trattasi per loro natura non possono essere protetti dalla garanzia della casa madre e, pertanto, il comportamento descritto integra una violazione degli artt. 20, 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo.

38. Sulla base di quanto esposto, la pratica commerciale sub A) deve, inoltre, ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a), b) ed e), comma 2, lettera a), e 23, comma 1, lettera b), in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante la diffusione di indicazioni non veritiere e l'omissione di informazioni rilevanti sulla natura e la qualità dei prodotti pubblicizzati, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle caratteristiche dei prodotti ed alla concreta possibilità di vedersi consegnare orologi originali a marchio Emporio Armani così come raffigurati nel sito ed offerti in vendita.

39. In tale contesto, ai fini del giudizio di ingannevolezza, assume insanabile rilevanza l'omissione da parte del professionista di tutte le specificazioni necessarie a rendere oggettivamente intelligibile nella sua effettiva portata l'offerta pubblicizzata.

b) Omissioni di informazioni inerenti l'identificazione del professionista e di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post vendita

40. In merito alle omissioni relative all'identità del professionista ed alle omissioni relative ai diritti spettanti agli acquirenti sulla base delle previsioni del Codice del Consumo, la pratica commerciale sub B) deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere f) e g), e 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione alla possibilità di mettersi in contatto con il professionista ed in ordine alla possibilità di esercitare i diritti contrattuali e/o alla eventuale interruzione del rapporto contrattuale così come previsti e disciplinati dalle norme a tutela dei consumatori acquirenti.

41. Sul punto, il professionista avrebbe omesso di indicare sul sito internet www.emporioarmaniwatchesuk.com la propria identità ed indirizzo geografico unitamente a tutti i diritti previsti a tutela del consumatore nella fase post vendita incluso il diritto di sostituzione e/o rimborso ed ivi inclusa l'esistenza del diritto di recesso e scioglimento del contratto per i prodotti e le operazioni commerciali che comportino tale diritto.

42. Quanto alle indicazioni sulle modalità di consegna, il fatto stesso che il sito ometta qualunque recapito e non consenta la possibilità di identificare il professionista in modo corretto lo rende di per sé ingannevole. Né vale al contrario obiettare che nel sito il professionista fa riferimento a ipotetici tempi medi di consegna. Può infatti

agevolmente controdedursi che l'indicazione vale in ogni caso a fondare, nel destinatario, un legittimo affidamento a poter fruire dei diritti contrattualmente previsti ma in realtà di fatto non esercitabili una volta ricevuta la merce per l'assoluta impossibilità di identificare correttamente l'interlocutore.

43. Sul punto si consideri che il procedimento *de quo* ha preso le mosse anche dalla segnalazione del titolare del marchio Emporio Armani, inoltrata all'Autorità dall'associazione Indicam. Il titolare del marchio, infatti, sulla base delle lamentele di alcuni acquirenti che non riuscendo ad inteloquire con i titolari del sito si sono rivolti alla casa madre, ha avviato una serie di controlli ed ha verificato che gli orologi venduti sul sito oggetto del procedimento erano prodotti contraffatti e, pertanto, privi della possibilità di godere delle garanzie riconosciute per legge dal produttore al compratore.

44. La pratica risulta pertanto fortemente lesiva dei principi di correttezza e buona fede fondamentali soprattutto per chi esercita un'attività di vendita a distanza e nel caso di specie un'attività di vendita *on line* a prezzi particolarmente convenienti, attività che prevede l'addebito del prezzo del prodotto all'atto dell'ordine sul sito, ossia prima dell'effettiva disponibilità del bene acquistato da parte del consumatore.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

45. Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 9 del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge di conversione 7 agosto 2012, n. 135, 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.

46. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

47. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

48. Nel caso specifico, peraltro, le condotte di cui trattasi si connotano di particolare gravità in quanto poste in essere in un periodo di grave crisi economica, per effetto della quale i consumatori sono indotti a rivolgersi a forme di acquisto di beni (specialmente non di prima necessità) alternative a quelle tradizionali, nel tentativo di ottenere condizioni economiche meno onerose. In tale contesto, devono ritenersi particolarmente censurabili le condotte di quei professionisti che minano la fiducia dei consumatori nei confronti dell'*e-commerce*, in quanto potenziale strumento di sviluppo e di rilancio del sistema produttivo, inducendo gli aspiranti acquirenti ad aderire a proposte commerciali che hanno un'elevata probabilità di non perfezionarsi con la consegna del bene o di veder consegnato un bene che per qualità e natura differisce da quello proposto, a fronte della immediata perdita della disponibilità della somma di denaro corrispondente al prezzo.

49. Con riguardo alla pratica commerciale sub A), nel valutare la gravità della violazione si devono considerare *i*) la totale irreperibilità del professionista e pertanto l'impossibilità di quantificare la sua dimensione economica; *ii*) la pluralità dei profili di ingannevolezza accertati in merito alle caratteristiche ed alla natura dei prodotti offerti; *iii*) l'ampia capacità di diffusione della pratica, atteso il crescente ricorso all'*e-commerce* da parte dei consumatori; *iv*) la particolare natura dei prodotti trattati riconducibili ad un famoso marchio di gran moda e la convenienza economica delle offerte; *v*) l'entità del pregiudizio economico causato ai consumatori, specie in considerazione delle modalità di addebito del prezzo che avviene alla conferma dell'ordine.

50. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la pratica è stata posta in essere almeno dal mese maggio 2013 e fino giugno 2013¹.

51. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica sub. A) si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Adam Dormain in 50.000 € (cinquantamila euro).

52. Con riguardo alla pratica commerciale sub B) nel valutare la gravità della violazione si devono considerare *i*) la totale irreperibilità del professionista e pertanto l'impossibilità di quantificare la sua dimensione economica; *ii*) la mancata identificazione del professionista nonché il disconoscimento di tutti i diritti del consumatore previsti nella fase post-vendita; *iii*) l'ampia capacità di diffusione della pratica, atteso il crescente ricorso all'*e-commerce* da parte dei consumatori.

53. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la pratica è stata posta in essere almeno dal mese di maggio 2013 e fino a giugno 2013².

¹ [Data nella quale è stato reso effettivo il provvedimento cautelare deliberato dall'Autorità l'11 giugno 2013 impedendo l'accesso al sito web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.]

² [Data nella quale è stato reso effettivo il provvedimento cautelare deliberato dall'Autorità l'11 giugno 2013 impedendo l'accesso ai siti web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.]

54. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica sub. B) si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Adam Dormain in 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale sub A) deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a), b) ed e), comma 2, lettera a), 23, comma 1, lettera b), 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante la diffusione di indicazioni ingannevoli e l'omissione di informazioni rilevanti, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle effettive caratteristiche di originalità dei prodotti offerti;

RITENUTO, altresì, in conformità al parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale sub B) risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere f) e g), e 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea, mediante condotte omissive od ostruzionistiche, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'esercizio di diritti contrattuali e/o alla eventuale interruzione del rapporto contrattuale;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A) del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Adam Dormain, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1 lettere a), b) ed e), comma 2, lettera a), 23, comma 1, lettera b), 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B) del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Adam Dormain, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettere f) e g), e 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare al Sig. Adam Dormain, relativamente alla pratica sub A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

d) di irrogare al Sig. Adam Dormain, relativamente alla pratica sub B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) 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.

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.

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del Decreto Legge 6 luglio 2012 n. 95, convertito con modifiche con legge 7 agosto 2012, n.135 (GU n. 173/L del 14 agosto 2012), 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 verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

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