

PS9476 - HUANG JIA-PRODOTTI MULTIMARCA CONTRAFFATTI

Provvedimento n. 25183

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 novembre 2014;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 7 maggio 2014, 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. Huang Jia, in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, titolare, nonché registrant di 23 nomi a dominio utilizzati per la promozione e la vendita di prodotti di marca contraffatti.

2. Adoc, associazione di consumatori, e Indicam, istituto contromarca 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, attraverso diversi siti internet riconducibili a 23 nomi a dominio prospettava ai consumatori italiani la possibilità di acquistare on-line abbigliamento, scarpe ed accessori di marca originali.

In particolare si tratta dei 23 nomi a dominio, qui di seguito elencati:

- airjordans4cheap.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- mulberryveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- hoganitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichvendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- belstaffjackarea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- billigbelstaff.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- gucciborse2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- monclerjackorea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- asicstigershoes.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- duveticaitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- hermescheapstore.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- jimmychoonshop.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- moncleritaly.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- mulberrydk.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- beatsitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- marcjacobsveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysalg.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- louisvuittonsborse.com attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysvesker.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- voguebagmall.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- monclervendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- woolrich2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42.

4. I 23 domini internet proponevano ai consumatori italiani l'acquisto, a prezzi particolarmente convenienti, di capi di abbigliamento e accessori, quali borse, cinte e occhiali nonché scarpe delle seguenti marche: Gucci, Hogan, Moncler, Burberry, Woolrich, Belstaff, Louis Vuitton e Prada.

5. I domini internet in questione, per come erano strutturati, si presentavano come degli outlet che proponevano prodotti di numerose marche e che consentivano di effettuare acquisti con diverse monete, avvalorando così l'idea nei visitatori dei siti di cui trattasi, che l'offerta fosse riconducibile ad operatori che, sfruttando gli indubbi vantaggi derivanti dalla globalizzazione dei mercati, consentivano agli acquirenti di comprare i prodotti offerti in vendita a prezzi particolarmente convenienti. Tutti i domini internet su citati presentavano le offerte dei prodotti ivi pubblicizzati in varie lingue compreso l'italiano. Tutti i 23 domini internet risultavano molto simili fra loro, sia dal punto di vista grafico, che nella disposizione delle parti che caratterizzano il c.d. "look & feel". In tutti i domini si osservava, nella parte alta delle diverse pagine, la presenza di un banner e di una serie di bandierine dalle quali era possibile accedere alle informazioni nelle varie lingue. L'ordine ed il numero delle bandierine variava da sito a sito ma la posizione era sempre, come su indicato, nella parte alta delle varie pagine. Le pagine presentavano una lista di marchi che risultava diversa da sito a sito, caratterizzata però da layout, colore e carattere molto simili.

6. La circostanza che in realtà si trattava di prodotti contraffatti emerge dalla segnalazione dell'associazione INDICAM, che, a fronte di lamentele di vari consumatori che avevano acquistato prodotti sui siti di cui trattasi, afferma di aver proceduto attraverso i propri tecnici, ad una puntuale verifica di tutti i siti indicati, per determinare se proponessero prodotti originali acquistati nel mercato parallelo. La segnalazione evidenzia che i siti in questione, per il loro allestimento e la grafica utilizzata, riportano infatti numerose immagini tratte dai siti originali, che possono facilmente trarre in inganno i consumatori e portarli ad effettuare un acquisto nella convinzione di comprare un prodotto originale ad un prezzo outlet, circostanza che, non è risultata corrispondente al vero.

7. Già nella home page dei seguenti 23 siti:

- airjordans4cheap.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- mulberryveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- hoganitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichvendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- belstaffjackarea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- billigbelstaff.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- gucciborse2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- monclerjackorea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- asicstigershoes.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- duveticaitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- hermescheapstore.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- jimmychoonshop.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- moncleritaly.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- mulberrydk.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- beatsitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- marcjacobsveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysalg.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- louisvuittonsborse.com attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysvesker.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- voguebagmall.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- monclervendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- woolrich2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42

scorrevano in *super* le immagini e le fotografie tratte dai siti originali di: Gucci, Hogan, Moncler, Burberry, Woolrich, Belstaff, Louis Vuitton e Prada e si poteva accedere a tutto il catalogo di prodotti in vendita anche presso i negozi fisici degli operatori indicati risparmiando dal 50% al 70% sul prezzo ufficiale di listino.

8. Ciò premesso, in data 17 aprile 2014, è stato avviato il procedimento istruttorio PS9476, contestando al professionista le seguenti pratiche.

9. I comportamenti descritti al punto II del presente provvedimento potrebbero integrare tre distinte pratiche commerciali scorrette poste in essere dal professionista in violazione degli articolo 20, 21, commi 1, lettere a), b), f) e g), e 2, lettera a), 22, commi 1 e 4, lettere a), b) ed e), 23, comma 1, lettera b) e n), 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

A. Vendita di prodotti contraffatti

10. Attraverso i 23 siti internet di cui al punto II, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti, anche in merito alla sicurezza dei materiali utilizzati, offerti in vendita dichiarando, contrariamente al vero, di essere un distributore ufficiale dei marchi offerti ed utilizzando pertanto illecitamente il relativo marchio senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale condotta potrebbe

integrare una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli articolo 20, 21, commi 1, lettere a), b) ed e), e 2, lettera a), e 23, comma 1, lettere b) e n).

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

11. 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 sui 23 siti 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.

C. Mancata prestazione della garanzia legale di conformità

12. 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

13. L'Autorità, con delibera adottata nella riunione del 7 maggio 2014, ha disposto che, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'articolo 8, comma 3, del Regolamento, il Sig Huang Jia sospendesse ogni attività diretta a diffondere i contenuti dei 23 nomi a dominio accessibili 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 i domini *internet* individuati al punto 3), precludessero, in caso di mancata ottemperanza dal parte del Sig Huang Jia, le richieste di accesso a tali domini provenienti da utenti connessi ad *internet* dal territorio italiano.

15. Non avendo il Sig Huang Jia 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 i 23 domini *internet* impedissero l'accesso ai medesimi siti 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 15 maggio 2014.

18. In data 6 ottobre 2014, è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria.

2) Le evidenze acquisite

19. La circostanza che in realtà si tratta di prodotti contraffatti emerge dalla segnalazione dell'associazione INDICAM, che a fronte di lamentele di vari consumatori che avevano acquistato prodotti sui siti di cui trattasi, afferma di aver proceduto attraverso i propri tecnici, ad una puntuale verifica di tutti i siti indicati, per determinare se proponessero prodotti originali acquistati nel mercato parallelo. La segnalazione evidenziava che i siti in questione, per il loro allestimento e la grafica utilizzata, riportavano infatti numerose immagini tratte dai siti ufficiali degli operatori dei prodotti proposti, potevano facilmente trarre in inganno i consumatori ed indurli ad effettuare un acquisto nella convinzione di comprare un prodotto originale ad un prezzo outlet, circostanza che, non è risultata corrispondente al vero.

20. Già nella home page dei seguenti 23 siti:

- airjordans4cheap.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- mulberryveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- hoganitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichvendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- belstaffjackarea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;

- billigbelstaff.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- gucciborse2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- monclerjackorea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- asicstigershoes.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- duveticaitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- hermescheapstore.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- jimmychoonshop.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- moncleritaly.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- mulberrydk.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- beatsitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- marcjacobsveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysalg.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- louisvuittonsborse.com attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysvesker.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- voguebagmall.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42
- monclervendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42
- woolrich2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42.

scorrono in *super* le immagini e le fotografie tratte dai siti ufficiali di: Gucci, Hogan, Moncler, Burberry, Woolrich, Belstaff, Louis Vuitton e Prada e si può accedere a tutto il catalogo di prodotti attualmente in vendita risparmiando dal 50% al 70% sul prezzo ufficiale di listino.

21. L'Associazione dei consumatori ha segnalato nella denuncia presentata all'Autorità che la struttura dei siti di cui al punto 3 del presente atto, ha indotto numerosi consumatori ad effettuare acquisti sul presupposto di comprare prodotti originali ad un prezzo outlet, prodotti, che in realtà sono poi risultati essere contraffatti. Sempre secondo la segnalazione dell'Adoc le informazioni contenute nei siti di cui trattasi 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, all'interno dei siti segnalati 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. I domini internet non indicano, poi, alcun indirizzo geografico e/o identità del professionista a cui potersi rivolgere in caso di reclami.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

22. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento nonché a seguito del provvedimento cautelare adottato dall'Autorità nella sua adunanza del 7 maggio 2014, il Sig Huang Jia, titolare dei 23 domini internet oggetto del procedimento, non ha in alcun modo partecipato al procedimento stesso né ha depositato memorie difensive, né ha 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

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

24. Con parere pervenuto in data 6 novembre 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, commi 1, lettere a), b), f) e g), e 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 sulla base delle seguenti considerazioni:

- la pratica commerciale è stata diffusa tramite internet ed è pertanto idonea a raggiungere gruppi ampi di consumatori, attesa la natura dei prodotti pubblicizzati, trattandosi di articoli "griffati", che vengono offerti al pubblico in modalità *outlet*, ha ricadute su un numero elevato di destinatari in ragione del loro interesse, a vario titolo, ad accedere all'acquisto, apparentemente sul sito web del titolare del marchio dei prodotti pubblicizzati a prezzi particolarmente vantaggiosi;
 - in tale ambito, risulta dirimente per la configurazione delle pratiche commerciali come scorrette anche la circostanza che il consumatore medio non viene adeguatamente informato sulla natura e le caratteristiche dei prodotti pubblicizzati, nonché sui diritti previsti a tutela dell'acquirente nella fase di post-vendita e sulla garanzia legale di conformità dei prodotti;
 - il professionista nel promuovere i prodotti in questione ha utilizzato immagini sui siti web che, per allestimento e grafica, costituiscono dei clone dell'originale. Ha utilizzato una denominazione dei siti idonea a catturare soprattutto l'attenzione del consumatore medio lasciando intendere che si potessero acquistare sugli indicati siti i prodotti pubblicizzati ad un prezzo *outlet* particolarmente conveniente;
 - tenuto conto che non ogni omissione informativa acquisisce rilevanza ai fini del giudizio di scorrettezza delle pratiche commerciali segnalate si rileva che, nel caso di specie, il messaggio pubblicitario, diffuso in un periodo di

riconosciuta crisi economica, è risultato tanto "appetibile", quanto fuorviante, in ogni caso, tale da indurre in errore i destinatari dello stesso o, meglio, da condizionarne l'orientamento nella prospettiva di un acquisto a basso costo di un prodotto solo in apparenza originale.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

25. 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 prodotti di abbigliamento, scarpe ed accessori di marca, contraddistinti da famosi brand, presentati come prodotti originali e risultati in realtà prodotti contraffatti.

26. 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 sui siti *de quo* non rientrano nel novero di quelli prodotti dal titolare del marchio. Le pratiche di cui trattasi 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

27. Con specifico riguardo alla vendita di prodotti di abbigliamento, scarpe ed accessori di marca, contraddistinti da famosi brand, presentati come prodotti originali e risultati in realtà prodotti contraffatti attraverso domini internet attestati sui seguenti 23 nomi a dominio:

- airjordans4cheap.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- mulberryveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- hoganitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- woolrichvendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.43;
- belstaffjackarea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- billigbelstaff.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- gucciborse2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- monclerjackkorea.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.44;
- asicstigershoes.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- duveticaitalia2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- hermescheapstore.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- jimmychoonshop.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- moncleritaly.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- mulberrydk.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.41;
- beatsitalia.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- marcjacobsveske.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysalg.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- louisvuittonsborse.com attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- mulberrysvesker.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42;
- voguebagmall.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42
- monclervendita.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42
- woolrich2014.com attualmente attestato all'indirizzo IP 103.21.211.42.

si rileva che, dagli atti acquisiti in istruttoria è risultato che il professionista, mediante i citati domini internet, ha fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita facendo presumere al potenziale acquirente, di poter acquistare *on-line* prodotti di marca originali risultati in realtà contraffatti.

28. La percezione che i prodotti venduti fossero prodotti originali di famose marche: quali Woolrich, Moncler Vogue Hogan. Louis Vuitton, Gucci, ecc. era avvalorata dalla struttura dei siti oltre che dal fatto che le informazioni ivi presenti e le immagini relative ai diversi prodotti risultavano già di per sé idonee ad indurre in errore i visitatori in quanto tratte dai siti ufficiali dei produttori dei relativi marchi. A ciò si aggiunga che, anche il prezzo dei prodotti proposti in vendita si poneva in linea con i prezzi outlet dei medesimi prodotti amplificando, pertanto, ulteriormente la percezione dei destinatari di essere entrati in siti outlet di articoli originali e non certamente in siti che vendevano prodotti non originali; come poi risultato agli atti.

29. Si evidenzia che in nessuna parte dei vari domini si poteva evincere che i prodotti offerti in vendita non sono originali, i vari siti sono invece strutturati per indurre i visitatori a ritenere di essere entrati in un sito che vende prodotti di marca a prezzi outlet. Inoltre, i siti *de quo* riportavano le varie indicazioni in diverse lingue e consentivano la possibilità di acquistare i prodotti *on line* 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 on line a livello mondiale, che poteva pertanto sfruttare gli indubbi vantaggi derivanti dalla globalizzazione dei mercati in un periodo di profonda crisi economica.

30. È evidente, inoltre, che trattandosi di prodotti non originali è stata di fatto preclusa agli acquirenti la 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 due 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.

31. Trattandosi, nel caso di specie, di prodotti contraffatti venduti come originali al consumatore, di fatto è stato precluso l'esercizio di ogni diritto in quanto i prodotti di cui trattasi per loro natura non possono essere protetti dalla garanzia della casa madre.

32. 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 nei siti di riferimento era idonea ad ingenerare nei consumatori la convinzione di poter acquistare un prodotto originale ad un prezzo outlet.

33. Sulla base di quanto esposto, la pratica commerciale *sub II*, lettera A), deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, commi 1, lettere a) e b), 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 capi di abbigliamento e calzature originali così come raffigurati nei siti ed offerti in vendita.

34. In tale contesto, ai fini del giudizio di ingannevolezza, assume 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

35. 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, si rileva che il professionista ha ommesso di indicare nei domini internet oggetto del procedimento l'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.

36. Quanto alle indicazioni sulle modalità di consegna, rileva il fatto che i siti omettono qualunque recapito e non consentono la possibilità di identificare il professionista in modo corretto. Né vale al contrario obiettare che nei siti 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.

37. Sul punto si consideri che il procedimento *de quo* ha preso le mosse dalla segnalazione dall'associazione Indicam, la quale, accogliendo i reclami dei titolari dei marchi e recependo le numerose lamentele di acquirenti, ha avviato una serie di controlli ed ha verificato che i prodotti venduti sui siti oggetto del procedimento erano prodotti contraffatti e, pertanto, privi della possibilità di godere delle garanzie riconosciute per legge dal produttore al compratore.

38. 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.

39. Sulla base di quanto sopra, la pratica commerciale *sub II*, lettera 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.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

40. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9 del Codice del Consumo con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 di euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

41. 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).

42. 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.

43. 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.

44. Con riguardo alla pratica commerciale *sub* II, lettera A), nel valutare la gravità della violazione si devono considerare *i*) la natura della pratica risultata particolarmente insidiosa; *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*) l'entità del pregiudizio economico causato ai consumatori, specie in considerazione delle modalità di addebito del prezzo che avviene alla conferma dell'ordine.

45. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, risulta che la pratica è stata posta in essere almeno dal mese febbraio 2014 e fino a maggio 2014¹.

46. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica *sub* II, lettera A), si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig Huang Jia 50.000 € (cinquantamila euro).

47. Con riguardo alla pratica commerciale *sub* II, lettera B), nel valutare la gravità della violazione si devono considerare *i*) la natura della pratica che di fatto non consente l'esercizio dei diritti contrattuali e mina in radice la fiducia nello strumento dell'e-commerce; *ii*) l'ampia capacità di diffusione della pratica, atteso il crescente ricorso all'e-commerce da parte dei consumatori.

48. 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 febbraio 2014 e fino a maggio 2014².

49. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica *sub* II, lettera B), si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile Sig Huang Jia 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* II, lettera A), deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, commi 1, lettere *a*) e *b*), e 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 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* II, lettera 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 Huang Jia, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 commi 1 lettere *a*) e *b*), e 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 Huang Jia, 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 Huang Jia, relativamente alla pratica *sub* A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

¹ [Data nella quale è stato reso effettivo il provvedimento cautelare deliberato dall'Autorità del 7 maggio 2014 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 del 7 maggio 2014 impedendo l'accesso al sito web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.]

d) di irrogare al Sig Huang Jia, 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), per gli operatori con sede legale all'estero, devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, effettuando un bonifico al seguente codice il bonifico al seguente codice IBAN: IT04A0100003245348018359214, indirizzo BIC: BITAITRRENT.

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

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

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