

PS8758 - PRADA-SITI CONTRAFFATTI

Provvedimento n. 24470

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 31 luglio 2013;

SENTITO il Relatore Professore Carla Rabitti Bedogni;

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 del 23 gennaio 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. Il Sig. Shen Xiu, in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del Consumo, titolare del nome a dominio *pradaborselinea.com*, nonché *registrant* del sito stesso;

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 *pradaborselinea.com* (attestato all'indirizzo IP 178.17.165.244), pubblica prodotti a marchio Prada lasciando intendere ai visitatori del sito *www.pradaborselinea.com* che i prodotti venduti fossero originali e venissero offerti ai consumatori a prezzi particolarmente convenienti.

4. Nelle segnalazioni inoltrate dall'Adoc e dall'Indicam si lamentava che le informazioni presenti sul sito *www.pradaborselinea.com* fossero idonee ad indurre in errore i consumatori, in quanto gli articoli pubblicizzati erano, in realtà, contraffatti.

5. Inoltre, l'Associazione segnalante evidenziava l'ingannevolezza delle informazioni contenute nel sito in merito alle garanzie e all'esercizio del diritto di recesso. Il sito, infine, non consentiva di identificare il professionista e non ne indicava la sede.

a) Vendita di prodotti contraffatti

Attraverso il sito internet *www.pradaborselinea.com* sarebbero state fornite informazioni non rispondenti al vero in merito alla natura e alle caratteristiche dei prodotti venduti a marchio PRADA che, secondo le evidenze agli atti, non sarebbero stati prodotti dalla casa di moda italiana di cui veniva utilizzato il marchio. Tale condotta potrebbe integrare una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *a*), *b*) ed *e*), comma 2, lettera *a*), e 23, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo;

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

In violazione 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, sul medesimo sito sarebbero state omesse tutte le informazioni relative all'identità ed all'indirizzo geografico del professionista, né vi sarebbe alcuna indicazione in merito ai diritti previsti dal Codice a tutela del consumatore nella fase post vendita.

c) Mancata prestazione della garanzia legale di conformità

Proponendo prodotti contraffatti, che per loro natura non possono essere protetti dalla garanzia della casa madre, il professionista titolare del sito di cui trattasi avrebbe disatteso la disciplina in materia di garanzia legale di conformità di cui al Titolo III, Parte IV, del Codice del Consumo, in violazione degli artt. 20, 24 e 25, lettera *d*), del Codice stesso.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 14 gennaio 2013, è stato avviato il procedimento istruttorio PS8758, 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 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. Shen Xiu.

7. L'Autorità, con delibera adottata nella riunione del 23 gennaio 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. Shen Xiu sospendesse ogni attività diretta a diffondere i contenuti del nome a dominio *pradaborselinea.com* (attestato all'indirizzo IP 178.17.165.244) accessibile mediante richieste di connessione provenienti dal territorio italiano. Non avendo il Sig. Shen Xiu partecipato in alcun modo al procedimento che ha portato all'adozione da parte dell'Autorità del provvedimento di sospensione cautelare della pratica di cui trattasi, l'Autorità ha richiesto la diretta collaborazione 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.

8. Nello specifico, è stato richiesto al 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 *pradaborselinea.com* (attestato all'indirizzo IP178.17.165.244), impedissero l'accesso allo stesso sito web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete *internet* provenienti dal territorio italiano.

9. Il provvedimento è stato reso esecutivo in data 26 gennaio 2013.

10. In data 7 giugno 2013, è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria.

2) Le evidenze acquisite

11. La circostanza che i prodotti a marchio "Prada" offerti sul sito internet *www.pradaborselinea.com* non fossero originali è emersa dalla segnalazione inviata all'Autorità dall'associazione INDICAM. La citata associazione ha inoltrato all'Autorità la denuncia del titolare del marchio Prada il quale, a fronte delle lamentele di alcuni acquirenti in merito alla qualità dei prodotti pubblicizzati sull'indicato sito ed avendo ricevuto richieste di 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.pradaborselinea.com*, di cui trattasi per determinare se i prodotti ivi pubblicizzati fossero o meno originali. Da quanto affermato dal titolare del marchio Prada risulta che tutti gli articoli venduti sull'indicato sito erano prodotti contraffatti.

12. Inoltre, sul sito di cui trattasi alla pagina *Spedizioni e resi*, venivano fornite informazioni esclusivamente sulle modalità di spedizione dei prodotti eventualmente ordinati, ma risultavano assenti tutte le informazioni relative al diritto di recesso oltre che le informazioni in merito all'esistenza della garanzia legale obbligatoria ai sensi degli artt. 130 e seguenti del Codice del Consumo. Il sito non indicava, poi, alcun indirizzo geografico preciso, né l'identità del professionista a cui gli acquirenti potessero rivolgersi in caso di reclami.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

13. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento nonché a seguito del provvedimento cautelare adottato dall'Autorità nella sua adunanza del 23 gennaio 2013, il Sig. Shen Xiu, titolare del sito oggetto del procedimento, non ha in alcun modo partecipato al procedimento, 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.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

14. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo internet, in data 20 giugno 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

15. Con parere pervenuto in data 23 luglio 2013, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame *risulta scorretta* ai sensi 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 sulla base delle seguenti considerazioni.

16. Nella valutazione della pratica commerciale in esame, assume rilevanza la notorietà internazionale del marchio dei prodotti reclamizzati; il *brand Prada* è infatti, storicamente associato all'alta moda ed agli articoli di lusso destinati ad una fascia di mercato indicativamente medio-alta.

17. 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*, essa ha ricadute sulla sensibilità di 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.

18. In tale ambito, risulta dirimente per la configurazione della pratica commerciale come scorretta, 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.

19. Il professionista nel promuovere i prodotti in questione, ha utilizzato immagini sul sito web che, per allestimento e grafica, costituiscono un clone dell'originale. Ha utilizzato una denominazione del sito *www.pradaborselinea.com* idonea a catturare soprattutto l'attenzione del consumatore medio, lasciando intendere che si potessero acquistare sul sito indicato i prodotti pubblicizzati a prezzo *outlet* con un notevole vantaggio economico.

20. Tenuto conto che non ogni omissione informativa acquisisce rilevanza ai fini del giudizio di scorrettezza della pratica commerciale segnalata 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 il consumatore medio o, meglio, da condizionarne l'orientamento nella prospettiva di un acquisto a basso costo di un prodotto solo in apparenza originale.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

21. Il procedimento 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 a marchio Prada risultati in realtà prodotti contraffatti.

22. 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 condotta *sub 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. Esse, 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

23. Con specifico riguardo alla vendita di prodotti attraverso il sito internet *www.pradaborselinea.com*, 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 facendo presumere al consumatore, contrariamente al vero, di essere un distributore autorizzato Prada e di vendere prodotti originali. Sul punto risulta agli atti che il titolare del marchio Prada, 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 i prodotti ivi venduti risultavano contraffatti.

24. La percezione che i prodotti venduti fossero prodotti originali a marchio Prada veniva 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 Prada risultavano già di per sé idonee ad indurre in errore i visitatori del sito stesso. A ciò si aggiunga che anche il prezzo degli articoli proposti si poneva in linea con i prezzi outlet dei prodotti dei grandi marchi italiani, rafforzando ulteriormente la percezione dei destinatari di essere entrati in un sito outlet di articoli originali e non certamente in un sito che vendeva prodotti contraffatti.

25. La circostanza che il professionista presenti come originali degli articoli contraffatti risulta suscettibile di indurre in errore i consumatori non solo in relazione alla qualità dei prodotti acquistati, ma anche in ordine ai diritti contrattuali azionabili. Per i prodotti in questione, infatti, non è evidentemente disponibile la garanzia convenzionale che la casa produttrice riconosce agli articoli originali.

26. Sulla base di quanto esposto, la pratica commerciale *sub A)* deve ritenersi inoltre scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a), b) ed e), comma 2, lettera a), e 23, comma 1, lettera b), 24 e 25, lettera d), 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 prodotti originali a marchio Prada così come raffigurati nel sito ed offerti in vendita.

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

28. In merito alle omissioni relative all'identità del professionista ed alle omissioni relative ai diritti spettanti agli acquirenti, 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.

29. Sul punto, il professionista avrebbe omesso di indicare sul sito *www.pradaborselinea.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, nonché l'esistenza del diritto di recesso e scioglimento del contratto.

30. 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 le rende di per sé ingannevoli. Né vale in 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.

31. La pratica risulta pertanto fortemente lesiva dei principi di correttezza e buona fede fondamentali soprattutto per chi esercita un'attività di vendita a distanza 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

32. 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.

33. Inoltre, in caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'articolo 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (*Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze 26 del 2007 e 1271 del 2006*).

In particolare, la sentenza n. 1271 del 2006 ha precisato che: "[...] *l'articolo 8, l. n. 689/1981, consente il cumulo giuridico delle sanzioni solo nel caso di <<concorso formale>> di illeciti amministrativi (unica condotta con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si viola una pluralità di disposizioni normative), e non anche nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi (più condotte con cui si viola più volte la stessa disposizione normativa, o con cui si violano più disposizioni normative)" e che "[...] L'articolo 8, co. 2, l. n. 689/1981 consente di tener conto della <<continuazione>> (identità del disegno criminoso), nel caso di <<concorso materiale>> di illeciti amministrativi, solo se si tratta di violazioni amministrative in materia di previdenza e assistenza. L'intento del legislatore è stato quello di non estendere il regime del cumulo giuridico delle sanzioni ad altre tipologie di illeciti amministrativi".*

34. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate due distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà, non appare applicabile né l'istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del cumulo materiale delle sanzioni.

35. 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.

36. Nel caso specifico, peraltro, le condotte di cui trattasi devono ritenersi particolarmente censurabili in quanto minano la fiducia dei consumatori nei confronti dell'e-commerce, che rappresenta un 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.

37. Con riguardo alla pratica commerciale *sub A*), nel valutare la gravità della violazione si devono considerare: *i*) l'impossibilità di acquisire elementi utili alla definizione della dimensione economica del professionista; *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; *iiii*) la particolare natura dei prodotti trattati riconducibili ad una famosa casa di moda italiana e la convenienza economica delle offerte; *iiiii*) l'entità del pregiudizio economico causato ai consumatori, specie in considerazione della tempistica di addebito del prezzo (alla conferma dell'ordine).

38. 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 dicembre 2012 e fino al 22 giugno 2013¹.

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

¹ [Data di chiusura della fase istruttoria.]

40. Con riguardo alla pratica commerciale *sub B*) nel valutare la gravità della violazione si devono considerare: *i*) l'impossibilità di quantificare la dimensione economica del professionista; *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.

41. 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 dicembre 2012 e fino al 22 giugno 2013².

42. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica *sub B*) si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Shen Xiu 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 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. Shen Xiu, 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. Shen Xiu, 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. Shen Xiu, relativamente alla pratica *sub A*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

d) di irrogare al Sig. Shen Xiu, 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.

² [Data di chiusura della fase istruttoria.]

Ai sensi del combinato disposto dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'articolo 23, comma 12-*quinquiesdecies*, 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.

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