

PS9259 - VENDITA OROLOGI ONLINE CONTRAFFATTI

Provvedimento n. 25001

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 giugno 2014;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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;

VISTO il proprio provvedimento dell'11 giugno 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 Sinny War e Sig. Zhang Junkun in qualità di professionisti ai sensi dell'articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo, titolari nonché registrant di numerosi nomi a dominio;

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

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dai professionisti che, attraverso i seguenti 112 domini internet riconducibili a 46 nomi a dominio:

- DOMINI INTERNET:

aaa-watch.com, about-watch.com, ar.about-watch.com, ar.buy-timepiece.com, ar.buy-wrist-watches.com, ar.buywatchhub.com, ar.gettimepiece.com, ar.mejor-replicas-relojes.com, baratos-relojes.com, bestreplica24.com, brand-watch-store.net, buy-a-clock.com, buy-clock.com, buy-timepiece.com, buy-wrist-watches.com, buywatchhub.com, clock-hub.com, comprar-relojes.net, de.aaa-watch.com, de.about-watch.com, de.buy-timepiece.com, de.buy-wrist-watches.com, de.buywatchhub.com, de.gettimepiece.com, de.mejor-replicas-relojes.com, discount-watch24.com, en.mejor-replicas-relojes.com, es.aaa-watch.com, es.about-watch.com, es.buy-timepiece.com, es.buy-wrist-watches.com, es.buywatchhub.com, es.gettimepiece.com, fr.aaa-watch.com, fr.about-watch.com, fr.buy-timepiece.com, fr.buy-wrist-watches.com, fr.buywatchhub.com, fr.gettimepiece.com, fr.mejor-replicas-relojes.com, get-clock.com, gettimepiece.com, goedkoop-horloge.com, it.aaa-watch.com, it.about-watch.com, it.buy-timepiece.com, it.buy-wrist-watches.com, it.buywatchhub.com, it.gettimepiece.com, it.mejor-replicas-relojes.com, jp.aaa-watch.com, jp.about-watch.com, jp.buy-timepiece.com, jp.buy-wrist-watches.com, jp.buywatchhub.com, jp.gettimepiece.com, jp.mejor-replicas-relojes.com, king-orologio.com, kopen-uurwerken.com, kopie-horloge.com, kopie-tag.com, luxe-horloge.com, mejor-replicas-relojes.com, milano-orologi.com, nice-horloge.com, nl.aaa-watch.com, nl.about-watch.com, nl.buy-timepiece.com, nl.buywatchhub.com, nl.gettimepiece.com, nl.mejor-replicas-relojes.com, online-tag.com, orologi-online.net, orologio24.net, pl.aaa-watch.com, pl.about-watch.com, pl.buy-timepiece.com, pl.buy-wrist-watches.com, pl.buywatchhub.com, pl.gettimepiece.com, pl.mejor-replicas-relojes.com, preciorelojes.com, pt.aaa-watch.com, pt.buy-timepiece.com, pt.buy-wrist-watches.com, pt.buywatchhub.com, pt.gettimepiece.com, pt.mejor-replicas-relojes.com, relojes-copiar.net, relojes-enlinea.com, relojes-imitacion.com, relojes-marca.com, relojes-suizos.net, replica-relojes.com, replica-shop.com, replica.uk.com, ru.aaa-watch.com, ru.buy-timepiece.com, ru.buy-wrist-watches.com, ru.buywatchhub.com, ru.gettimepiece.com, ru.mejor-replicas-relojes.com, sale-replica.com, swiss-brand.net, tag-relojes.com, tag-sale.net, tagwatchstore.com, tienda-de-relojes.com, u-watches.com, verkoop-horloge.com, winkelen-horloge.com.

- NOMI A DOMINIO:

aaa-watch.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
about-watch.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
baratos-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
buy-a-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;

buy-timepiece.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buywatchhub.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-wrist-watches.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
clock-hub.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
comprar-relojes.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
get-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
gettimepiece.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
king-orologio.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
mejor-replicas-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.156;
milano-orologi.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
orologio24.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
orologi-online.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
preciorelojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.156;
relojes-copiar.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-enlinea.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-imitacion.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-marca.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-suizos.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
replica-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
tag-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
tienda-de-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
bestreplica24.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
brand-watch-store.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
discount-watch24.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
goedkoop-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
kopen-urwerken.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
kopie-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
kopie-tag.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
luxe-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
nice-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
online-tag.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
replica-shop.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
replicauk.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
sale-replica.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
swiss-brand.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
tag-sale.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
tagwatchstore.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
u-watches.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
verkoop-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
winkelen-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93,
zwitser-slaan.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93,
pubblicizzavano orologi di varie marche lasciando intendere ai visitatori che i relativi siti vendessero prodotti originali a prezzi particolarmente convenienti.

4. Nelle segnalazioni si evidenziava che le informazioni diffuse attraverso i 112 domini *internet* di cui al punto 3 del presente provvedimento erano idonee ad ingannare i consumatori inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che diversamente non avrebbero preso. I 112 domini *internet* in questione, per come erano strutturati, si presentavano come degli *outlet* che proponevano orologi di numerose marche e che consentivano di effettuare acquisti con diverse monete, avvalorando così l'idea, nei visitatori dei relativi siti stessi, che si trattasse di operatori che, sfruttando i 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 112 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".

5. In tutti i domini si osservava nella parte alta delle diverse pagine *web* 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 nella parte alta delle varie pagine. La sezione destra delle pagine era occupata da una serie di orologi proposti in vendita, disposti in colonna. Le pagine presentavano una lista di marchi che risultava diversa da sito a sito, caratterizzata, però, da *layout*, colore e carattere molto simili. La parte centrale delle varie pagine di cui trattasi era occupata sistematicamente da 3 tabelle, ciascuna contenente 3 prodotti per riga. A questo proposito si evidenzia che le tabelle presentavano sempre gli stessi titoli, cambiava l'ordine a seconda della lingua che si sceglieva, ad esempio scegliendo l'inglese la tabella si presentava nel modo seguente:

- *New Products For November*

- *Featured Products*
- *Monthly Specials For November*

Anche la parte inferiore delle pagine dei vari domini era simile, ed era strutturata con un breve paragrafo testuale, un indice alfabetico ed una serie di collegamenti alle pagine di dettaglio dei singoli oggetti posti in vendita.

6. La circostanza che i prodotti posti in vendita sui domini di cui trattasi non fossero prodotti originali ma contraffatti risultava dalla segnalazione dell'associazione Indicam, che ha inoltrato all'Autorità la denuncia dell'associazione Assorologi (Associazione che tutela tutti i marchi sopra elencati) la quale, a fronte di lamentele di vari consumatori che avevano acquistato prodotti sui siti di cui trattasi presso i titolari dei marchi, afferma di aver proceduto, attraverso i propri tecnici Convey, ad una puntuale ricerca ed alla verifica di tutti i siti su indicati per determinare se proponessero in vendita prodotti originali.

Nella segnalazione si evidenzia che tutti i siti in questione, per il loro allestimento e la grafica utilizzata, riportavano numerose immagini raffiguranti gli orologi originali, potevano facilmente trarre in inganno i visitatori dei siti stessi e portarli a ritenere di trovarsi di fronte a siti che vendevano prodotti originali a prezzi *outlet* e, quindi, indurli ad effettuare un acquisto nella convinzione, appunto, di comprare un prodotto originale ad un prezzo *outlet*, circostanza risultata non vera.

7. A quanto sopra, si aggiunga che l'Adoc nella segnalazione presentata all'Autorità nel mese di novembre 2013 ha evidenziato che, dato il contesto socio economico del nostro paese, molti consumatori per gli acquisti di Natale, nel tentativo di risparmiare, si sarebbe orientato sul *web*.

Nella segnalazione dell'Associazione sono stati riportati alcuni dati aggiornati sull'e-commerce in Italia, rilevati da Netcomm, da cui emerge che sono oltre dodici milioni i consumatori che si affidano con fiducia alle proposte rinvenibili sul *web* per acquistare beni e servizi, e tale fiducia rispetto all'utilizzo di *internet* risulta quest'anno cresciuta del 30% rispetto allo scorso anno. I motivi che spingono sempre più italiani ad utilizzare la rete sembra siano molteplici. In particolare, emerge il tentativo di risparmiare essendo gli acquisti sul *web* all'apparenza molto vantaggiosi. A ciò si aggiunga che su *internet* è possibile trovare una vasta gamma di prodotti e, quando si tratta di operatori che si comportano correttamente, anche una oggettiva tempestività nella consegna e nella distribuzione della merce. Da quanto emerge dalla segnalazione dell'Adoc sembra che, nonostante i dichiarati rischi provenienti da Internet, le recenti ricerche sull'andamento del traffico *web* rilevino un'impennata di visite, e presumibilmente di acquisti sui siti ed i portali che propongono oggettistica e regali.

8. Nella segnalazione l'Associazione dei consumatori ha fatto presente che la struttura di alcuni domini *internet* oggetto del presente provvedimento ha indotto numerosi consumatori ad effettuare acquisti sul presupposto di comprare prodotti originali ad un prezzo *outlet*. Prodotti che sono poi risultati essere in realtà contraffatti.

Secondo la denuncia, inoltre, le informazioni contenute nei siti di cui trattasi in merito ai diritti riconosciuti agli acquirenti dal Codice del Consumo risultavano 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 venivano fornite informazioni confuse sulle modalità di resa del prodotto e di ripensamento e non venivano rese note le informazioni sull'esistenza della garanzia legale obbligatoria ai sensi degli artt. 130 e seguenti del Codice del Consumo, né vi era alcun indirizzo geografico e/o identità del professionista a cui potersi rivolgere in caso di reclami.

9. Alle segnalazioni presentate da Indicam, che ha inoltrato la denuncia dell'associazione Assorologi, e da Adoc, si affianca anche la segnalazione presentata dalla Confcommercio la quale lamenta che il fenomeno della contraffazione e, nello specifico, della contraffazione *online*, impatta gravemente sulla tenuta economica delle piccole imprese che, soprattutto in un prolungato periodo di crisi economica come quello attuale, si vedono sottrarre ogni anno 3,3 miliardi di fatturato dalla vendita di prodotti contraffatti, con il reale pericolo di chiusura per circa 70.000 piccole imprese e conseguente perdita di impiego per circa 185.000 lavoratori che rischiano ogni anno di perdere il lavoro.

10. Secondo la Confcommercio il fenomeno dell'offerta al pubblico di orologi contraffatti da parte di siti *internet* specializzati sta assumendo dimensioni sempre più preoccupanti tali da creare effetti distorsivi sugli acquisti dei consumatori e nello specifico comporta un rischio diretto per tutte quelle microimprese che costituiscono la rete legale di distribuzione e rivendita di orologi originali.

La Confcommercio, alla luce di quanto sopra, nella segnalazione presentata all'Autorità, nella quale si rinvia per l'identificazione dei siti denunciati alla segnalazione presentata dall'associazione Assorologi tramite Indicam, lamenta che la vendita di orologi contraffatti integra una pratica commerciale scorretta ed aggressiva nei confronti delle imprese alla stessa associate, in quanto offrendo ai consumatori, a prezzi particolarmente convenienti, per originali orologi in realtà contraffatti, anche appartenenti ad una fascia di scelta c.d. medio-bassa, danneggia in modo diretto tutti gli esercizi commerciali appartenenti alla rete ufficiale di distribuzione dei vari marchi con conseguenze dirette non solo sulla sopravvivenza stessa delle microimprese di settore ma anche sul mantenimento dei livelli occupazionali.

11. Ciò premesso, in data 3 dicembre 2013, è stato avviato il procedimento istruttorio PS/9259, contestando ai professionisti le seguenti pratiche.

a) Vendita di prodotti contraffatti

12. Attraverso i 112 domini *internet* di cui al punto 3, i professionisti avrebbero fornito informazioni ingannevoli in ordine alla reale esistenza, alla natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita facendo presumere, contrariamente al vero, di essere distributori ufficiali di vari brand ed utilizzando illecitamente i relativi marchi senza

aver ottenuto la necessaria autorizzazione. Tale comportamento si rileva idoneo ad arrecare pregiudizio, oltre che dei consumatori acquirenti, anche delle microimprese del settore di riferimento.

Tale condotta potrebbe integrare una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli articoli 20, 21, commi 1, lettere a), b) e g), e 2, lettera a), e 23, comma 1, lettere b).

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

13. In violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere f) e g), e 22, commi 1 e 4, lettere a) b) ed e), i professionisti avrebbero omesso di indicare sui 112 domini *internet* 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.

14. Sui siti 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 dell'articolo 130 e seguenti del Codice del Consumo. I siti non indicavano, poi, alcun indirizzo geografico preciso e/o identità dei professionisti a cui gli acquirenti potessero rivolgersi in caso di reclami.

c) Mancata prestazione della garanzia legale di conformità

15. I professionisti, inoltre, proponendo prodotti contraffatti, che per loro natura non possono essere protetti dalla garanzia della casa madre, hanno 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 del Codice del Consumo), 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, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo.

d) Vendite di prodotti contraffatti a danno delle microimprese di settore

Attraverso i 112 domini *internet* di cui al punto 3, che costituiscono un'ampia vendita di orologi *online*, il professionista avrebbe fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale esistenza, alla natura, al prezzo e alle caratteristiche del prodotto configurando pertanto una pratica commerciale scorretta nei confronti delle microimprese del settore di riferimento e, pertanto, tale condotta potrebbe integrare una pratica commerciale ingannevole ai sensi degli artt. 20, 21, commi 1, lettere a), b) ed e), e 2, lettera a), e 23, comma 1, lettera b).

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

16. L'Autorità, con delibera adottata nella riunione del 10 dicembre 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. Sinny War e dal Sig. Zhang Junkun sospendessero ogni attività diretta a diffondere i contenuti dei 112 domini *internet* accessibili mediante richieste di connessione provenienti dal territorio italiano.

17. 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 Sinny War e del Sig. Zhang Junkun, le richieste di accesso a tali domini provenienti da utenti connessi ad *internet* dal territorio italiano.

18. Non avendo il Sig Sinny War e il Sig. Zhang Junkun 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.

19. 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 112 domini *internet* impedissero l'accesso ai medesimi siti *web* da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete *internet* provenienti dal territorio italiano.

20. Il provvedimento è stato reso esecutivo in data 20 dicembre 2013.

21. In data 5 maggio 2014, è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria.

2) Le evidenze acquisite

22. La circostanza che le informazioni fornite sui seguenti nomi a dominio: *aaa-watch.com*, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;

about-watch.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
baratos-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
buy-a-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-timepiece.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buywatchhub.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-wrist-watches.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
clock-hub.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
comprar-relojes.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
get-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
gettimepiece.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
king-orologio.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
mejor-replicas-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.156;
milano-orologi.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
orologio24.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
orologi-online.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
preciorelojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.156;
relojes-copiar.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-enlinea.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-imitacion.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-marca.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-suizos.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
replica-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
tag-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
tienda-de-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
bestreplica24.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
brand-watch-store.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
discount-watch24.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
goedkoop-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
kopen-uurwerken.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
kopie-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
kopie-tag.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
luxe-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
nice-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
online-tag.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
replica-shop.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
replicaauk.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
sale-replica.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
swiss-brand.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
tag-sale.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
tagwatchstore.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
u-watches.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
verkoop-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
winkelen-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93,
zwitsers-slaan.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93,

fossero idonee ad indurre in errore i destinatari in merito alle caratteristiche dei prodotti posti in vendita è emersa dalla segnalazione inviata all'Autorità dall'associazione Indicam.

23. La citata associazione ha inoltrato all'Autorità la denuncia dei titolari dei marchi attraverso Assorologi i quali, 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, affermano di aver proceduto, attraverso i propri tecnici, ad una puntuale verifica dei siti di vendita segnalati per determinare se i prodotti ivi pubblicizzati fossero o meno originali. Da quanto affermato dai titolari dei marchi risulta che tutti gli orologi venduti attraverso i nomi a dominio attestati agli indirizzi su indicati erano prodotti contraffatti.

24. Il lavoro di indagine e la successiva analisi per l'individuazione di "network contraffattivi" di marchi del settore è stato eseguito su incarico di Assorologi per conto dei titolari dei vari marchi, dalla società Convey tra l'8 novembre e il 22 novembre 2013 ed ha preso in considerazione i numerosi marchi di cui ai prodotti venduti sui siti di cui trattasi, con la seguente articolazione per segmenti qualitativi: segmento "Basic" (n. 9 marchi), segmento "Medium" (n.13 marchi), segmento "High" (n.10 marchi), segmento "Luxury" (n. 15 marchi). Complessivamente gli orologi pubblicizzati nei 112 domini *internet* proponevano ai consumatori italiani l'acquisto, a prezzi particolarmente convenienti, di orologi delle seguenti marche:

Audemars Piguet, Baume Mercier, Bell Ross, Blancpain, Breguet, Breitling, Bulova, Chopard, Chronoswiss, Citizen, Corum, Daniel Jean Richard, Ebel, Eberhard, Festina, Franck Muller, Gerald Genta, Girard Perregaux, Glashutte, Hamilton, Hublot, Iwc, Jaeger Lecoultrre, Jaquet Droz, Lange Sohne, Longines, Movado, Nardin, Omega, Panerai, Patek Philippe, Paul Picot, Piaget, Rado, Raymond Weil, Richard Mille, Roger Dubuis, Rolex, Seiko, Suunto, Swatch, Tag Heuer, Timex, Tissot, Ulysse Vacheron, Constantin, Zenith.

25. L'articolata rete contraffattiva, è risultata costituita da 46 Nad (Nomi a Dominio) e 112 domini *internet* (intesi come unità di secondo livello) articolati secondo i diversi Paesi di accesso, nonché da centinaia di pagine *web*, caratterizzate ognuna dalla marca di orologi proposti. Tutti i nomi a dominio e relativi *website* contraffattivi erano gestiti su solo 5 *server*, tutti situati in Malesia. Tutti i 5 *server*, cui corrispondevano altrettanti indirizzi IP, appartenevano ad una stessa sottorete il cui breve intervallo di indirizzi è risultato essere il seguente: 124.217.224.0 – 124.217.255.255.

26. Inoltre, sui siti di cui trattasi alle pagine "*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

27. A seguito della comunicazione di avvio del procedimento nonché a seguito del provvedimento cautelare adottato dall'Autorità nella sua adunanza del 10 dicembre 2013, il Sig. Sinny War e il Sig. Zhang Junkun, titolari dei 112 domini *internet* attestati su 46 nomi a dominio oggetto del procedimento, non hanno in alcun modo partecipato al procedimento stesso né hanno depositato memorie difensive, né hanno 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

28. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo *internet*, in data 21 maggio 2014, è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

29. Con parere pervenuto in data 20 giugno 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame viola gli 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, lettere b) e n), 24 e 25, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo sulla base delle seguenti considerazioni.

30. Nel parere si afferma che nella valutazione delle pratiche commerciali come quella in esame, assume rilevanza la notorietà internazionale dei prodotti pubblicizzati, i cui *brand* sono appannaggio di una fascia di mercato indicativamente medio-alta.

31. 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 su siti *web* dei titolari dei marchi dei prodotti pubblicizzati a prezzi particolarmente vantaggiosi.

32. 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.

33. 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, i messaggi pubblicitari, diffusi in un periodo di riconosciuta crisi economica, sono risultati tanto "appetibili" quanto fuorvianti, in ogni caso, tali da indurre in errore i destinatari degli stessi o, meglio, da condizionarne l'orientamento nella prospettiva di un acquisto a basso costo di un prodotto solo in apparenza originale.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

34. 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 contraddistinti da famosi brand presentati come prodotti originali e risultati in realtà prodotti contraffatti.

35. Ciò premesso, si rileva che le fattispecie descritte nel precedente punto II, lettere a), b), c) e d), 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

36. Con specifico riguardo alla vendita di orologi attraverso 112 domini *internet* attestati sui seguenti 46 nomi a dominio:

aaa-watch.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
about-watch.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
baratos-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
buy-a-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-timepiece.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buywatchhub.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
buy-wrist-watches.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
clock-hub.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
comprar-relojes.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
get-clock.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
gettimepiece.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.159;
king-orologio.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
mejor-replicas-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.156;
milano-orologi.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
orologio24.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
orologi-online.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.107;
preciorelojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.253.156;
relojes-copiar.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-enlinea.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-imitacion.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-marca.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
relojes-suizos.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
replica-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
tag-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
tienda-de-relojes.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.251.106;
bestreplica24.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
brand-watch-store.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
discount-watch24.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
goedkoop-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
kopen-uurwerken.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
kopie-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
kopie-tag.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
luxe-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
nice-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
online-tag.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
replica-shop.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
replicauk.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
sale-replica.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
swiss-brand.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
tag-sale.net, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
tagwatchstore.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
u-watches.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.94;
verkoop-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93;
winkelen-horloge.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93,
zwitsers-slaan.com, attualmente attestato all'indirizzo IP 124.217.231.93,

si rileva che, dagli atti acquisiti in istruttoria, è risultato che i professionisti hanno fornito informazioni ingannevoli in merito alla reale natura ed alle caratteristiche dei prodotti offerti in vendita facendo presumere al potenziale acquirente, di poter acquistare *online* orologi di marca originali risultati in realtà contraffatti.

37. La percezione che gli orologi venduti fossero prodotti originali di famose marche - quali *Audemars Piguet, Baume Mercier, Bell Ross, Blancpain, Breguet, Breitling, Bulova, Chopard, Chronoswiss, Citizen, Corum, Daniel Jean Richard, Ebel, Eberhard, Festina, Franck Muller, Gerald Genta, Girard Perregaux, Glashutte, Hamilton, Hublot, Iwc, Jaeger Lecoultrre, Jaquet Droz, Lange Sohne, Longines, Movado, Nardin, Omega, Panerai, Patek Philippe, Paul Picot, Piaget, Rado, Raymond Weil, Richard Mille, Roger Dubuis, Rolex, Seiko, Suunto, Swatch, Tag Heuer, Timex, Tissot, Ulysse Vacheron, Constantin, Zenith* - era avvalorata dalla struttura dei siti oltre al fatto che le informazioni ivi presenti

e le immagini relative ai diversi cataloghi di orologi risultavano già di per se 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 degli orologi 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 orologi non originali come poi risultato agli atti.

38. Sul punto, la circostanza che alcuni domini nella stringa del nome riportassero il termine replica o un termine equivalente in altre lingue non risultava in alcun modo idonea a rendere edotto il consumatore che visitava il sito del fatto che i prodotti ivi pubblicizzati fossero prodotti contraffatti. Si tenga conto che in nessuna parte dei vari domini si può evincere che i prodotti offerti in vendita non erano originali e si tenga conto che i vari siti erano invece strutturati per indurre i visitatori a ritenere di essere entrati in un sito che vendeva prodotti di marca a prezzi *outlet*.

39. Sul punto si rileva che i siti *de quo* consentivano la possibilità di acquistare gli 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 che poteva pertanto sfruttare gli indubbi vantaggi derivanti dalla globalizzazione dei mercati in un periodo di profonda crisi economica.

40. È evidente che trattandosi di orologi 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 del Codice del Consumo), ad una adeguata riduzione del prezzo od alla risoluzione del contratto.

41. 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.

42. La pratica commerciale in contestazione appare particolarmente insidiosa nella sua idoneità ad alterare le scelte dei consumatori e a trarli in inganno, in quanto la struttura, e in particolare, la grafica utilizzata nei siti di riferimento, era idonea ad ingenerare nei consumatori la convinzione di poter acquistare un prodotto originale a un prezzo *outlet*. Inoltre, considerando che l'ampia rete contraffattiva, è risultata costituita da 46 Nad (Nomi a Dominio) e 112 domini *internet* (intesi come unità di secondo livello) articolati secondo i diversi Paesi di accesso, nonché da centinaia di pagine *web*, caratterizzate ognuna dalla marca di orologi proposti e che tutti i nomi a dominio e i relativi *website* contraffattivi erano gestiti su solo 5 *server*, tutti situati in Malesia, si può inferire che i 5 *server* cui corrispondono altrettanti indirizzi IP appartengono ad una stessa sottorete, circostanza questa confermata anche dal breve intervallo esistente tra gli indirizzi stessi: 124.217.224.0 – 124.217.255.255. Tale sotto rete è peraltro gestita da una sola società di *hosting*.

43. Le descritte interconnessioni fra le entità prese in esame permettono di affermare che l'insieme dei domini *internet*, individuati al punto 3, vanno considerati unitariamente in quanto possono essere ricondotti ad una stessa struttura organizzativa. Tale elemento è, inoltre, confermato dall'identità di dati forniti in sede di registrazione dei nomi a dominio dal Sig. Sinny War e dal Sig. Zhang Junkun e dall'unico indirizzo email fornito da entrambi per le comunicazioni via email: *synniwar@gmail.com*.

44. Sulla base di quanto esposto, la pratica commerciale *sub A)* deve ritenersi scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a) e b), e 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 e alla concreta possibilità di vedersi consegnare orologi originali così come raffigurati nei siti ed offerti in vendita.

45. 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

46. In merito alle omissioni relative all'identità dei professionisti ed alle omissioni relative ai diritti spettanti agli acquirenti sulla base delle previsioni del Codice del Consumo, si rileva che i professionisti hanno omesso di indicare nei 112 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.

47. Quanto alle indicazioni sulle modalità di consegna, il fatto stesso che i siti omettessero qualunque recapito e non consentissero la possibilità di identificare il professionista in modo corretto le rende ingannevoli. Né vale al contrario obiettare che, nei siti, il professionista facesse 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.

48. Sul punto si consideri che il procedimento *de quo* ha preso l'avvio dalla segnalazione dei titolari dei marchi riuniti in Assorologi e inoltrata all'Autorità dall'associazione Indicam. Assorologi, recependo quanto denunciato dai titolari dei marchi, ovvero le numerose lamentele di acquirenti che, non riuscendo ad interloquire con i titolari dei siti si sono rivolti alla casa madre, ha avviato una serie di controlli e ha verificato che i prodotti venduti sui siti oggetto del procedimento erano prodotti contraffatti, pertanto, privi della possibilità di godere delle garanzie riconosciute per legge dal produttore al compratore.

49. 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.

50. Sulla base di quanto sopra, 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 e idonea, a condizionare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione alla possibilità di mettersi in contatto con il professionista, nonché 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

51. 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.

52. 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).

53. 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.

54. 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.

55. 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 a famosi marchi di orologi 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.

56. 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 novembre 2013 e fino a dicembre 2013¹.

57. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica *sub A)*, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Sinny War in 50.000 € (cinquantamila euro) e al Sig. Zhang Junkun in 50.000 € (cinquantamila euro).

58. 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.

59. 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 novembre 2013 e fino a dicembre 2013².

¹ [Data nella quale è stato reso effettivo il provvedimento cautelare deliberato dall'Autorità del 10 dicembre 2013 impedendo l'accesso al sito web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.]

60. Sulla base di tali elementi, in relazione alla pratica *sub B*) si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig Sinny War in 50.000 € (cinquantamila euro) e al Sig. Zhang Junkun 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, 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 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 Sinny War e dal Sig. Zhang Junkun, 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 Sinny War e dal Sig. Zhang Junkun, 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 Sinny War, relativamente alla pratica *sub A*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro) e al Sig. Zhang Junkun, relativamente alla medesima pratica *sub A*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro);

d) di irrogare al Sig Sinny War, relativamente alla pratica *sub B*), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro) e al Sig. Zhang Junkun, relativamente alla medesima 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, con versamenti, rispettivamente, di 100.000 € (centomila euro) per ciascun professionista, con riferimento alle pratiche *sub A*) e *sub B*), da corrispondere all'Erario, che dovrà essere effettuato direttamente tramite bonifico (in euro) al Bilancio dello Stato italiano, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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 bonifico 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.

² [Data nella quale è stato reso effettivo il provvedimento cautelare deliberato dall'Autorità del 10 dicembre 2013 impedendo l'accesso al sito web da parte degli utenti mediante richieste di connessione alla rete internet provenienti dal territorio italiano.]

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