



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 luglio 2022;

SENTITO il Relatore Presidente Roberto Rustichelli;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la comunicazione, pervenuta in data 11 febbraio 2022 e successivamente integrata in data 18 marzo e 21 giugno 2022, con la quale la società FCA Italy S.p.A. ha presentato impegni ai sensi dell’art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell’art. 9 del Regolamento;

VISTO il proprio provvedimento del 27 aprile 2022, con il quale, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni proposti dal professionista;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. FCA Italy S.p.A. (di seguito anche “FCA”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, le lettera *b*), del Codice del Consumo. FCA cura la commercializzazione in Italia dei marchi *Jeep*, *Alfa Romeo* e *Fiat* del gruppo Stellantis, attivo a livello mondiale nella produzione e vendita di automobili.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sui siti *Internet* www.jeep-official.it, www.alfaromeo.it, e www.fiat.it, degli elementi che contribuiscono a determinare il costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento o per utilizzare in *leasing* le auto pubblicizzate.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L’iter del procedimento

3. Sulla base delle informazioni acquisite ai fini dell’applicazione del Codice del Consumo¹, in data 28 dicembre 2021 è stato avviato, ai sensi degli articoli 21 e 22 del Codice del Consumo, il procedimento istruttorio PS12246 nei confronti di FCA Italy S.p.A., in relazione alla possibile omissività ed ingannevolezza delle modalità di presentazione, sui siti *Internet* dei marchi del professionista, del costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento o per utilizzare in *leasing* le auto pubblicizzate. Al primo contatto il professionista enfatizza, infatti, soltanto il conveniente importo della rata, relegando informazioni essenziali (anticipo, maxirata finale, numero di rate, ecc.) in sezioni di non agevole lettura, il cui contenuto può essere visionato solo a seguito di una o più azioni da parte del consumatore (il *click* su uno o più *link*, lo scorrimento di una pagina fino in fondo, l’ingrandimento dei caratteri).

Inoltre, con riferimento agli acquisti assistiti da finanziamenti tradizionali, le comunicazioni promozionali del marchio Fiat enfatizzano l’importo scontato della rata che il consumatore pagherà per i soli 12 mesi iniziali del prestito,

¹ Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.

riportando invece con caratteri ridotti il ben più alto importo della rata dovuta per i rimanenti 84 mesi.

4. FCA ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 20 gennaio 2022.

5. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute in data 8 febbraio e 9 giugno 2022².

6. In data 11 febbraio 2022, il professionista ha presentato una proposta di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7 del Codice del Consumo e dell'art. 9 del Regolamento, successivamente integrati in data 18 marzo 2022³. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 21 giugno 2022⁴.

7. In data 27 aprile 2022 è stata comunicata alla Parte la proroga di sessanta giorni del termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento⁵.

8. In data 30 maggio 2022 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

9. In data 13 luglio 2022 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

III.2 Gli elementi acquisiti e gli impegni del professionista

III.2.1 Gli elementi acquisiti

10. Nelle proprie difese FCA ha sostenuto la correttezza del proprio operato, ritenendo di fornire al consumatore un'informazione completa ed esaustiva.

Infatti, a dire del professionista, le peculiarità del mezzo di diffusione (siti *web* dei marchi) sarebbero tali da consentire al consumatore di venire a conoscenza di tutte le caratteristiche del finanziamento o del *leasing* pubblicizzato semplicemente cliccando su un bottone che invita ad approfondire l'offerta, senza necessità di ricorrere a fonti di informazione

² Cfr. docc. 5 e 14 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. docc. 6 e 9 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. 16 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. 12 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. doc. 13 del fascicolo istruttorio.

ulteriori ed esterne. In ogni caso, l'attenzione del consumatore nei confronti di un dato marchio e delle offerte proposte sarebbe antecedente al momento del primo contatto instaurato attraverso il sito, di talché la mancanza in tale momento di un'informazione completa risulterebbe del tutto irrilevante.

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

11. Il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 11 febbraio e 18 marzo 2022, fornendone una versione consolidata in data 21 giugno 2022.

12. In particolare, il professionista si impegna:

(i) a indicare con “*buona evidenza*”, nella pagina del sito che rappresenta il primo contatto con il consumatore, i principali elementi che caratterizzano l'offerta: entità della rata mensile, riportando gli importi delle diverse rate qualora siano differenziate nel tempo; il numero delle rate mensili; l'entità dell'anticipo; l'entità della maxirata finale; il TAN e il TAEG; il termine di validità dell'offerta. Tale pagina comprenderà anche un *link* ad altra contenente un'informazione completa circa le caratteristiche dell'offerta;

(ii) ad applicare i medesimi principi alle offerte veicolate attraverso *banner* su altri siti e attraverso i *social media*;

(iii) a predisporre Linee Guida per la comunicazione di offerte di finanziamento e noleggio sia a mezzo web che attraverso altri mezzi, ivi compresi stampa e televisione, nell'ambito delle quali verranno indicati, conformemente all'impegno sub (i), i principi e i criteri operativi cui dovrà attenersi la comunicazione, secondo le peculiarità proprie di ciascun mezzo.

13. FCA si impegna a realizzare gli impegni descritti entro 75 giorni dalla data di comunicazione del provvedimento con cui detti impegni saranno resi obbligatori.

14. Il professionista ha inoltre precisato che in futuro potrebbe adottare una diversa strategia comunicativa sul sito *web*, per cui la pagina di primo contatto conterrebbe informazioni del tutto generiche e di natura non economica, nonché un *link* che condurrebbe ad una pagina di dettaglio declinata secondo gli impegni presentati.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

15. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione quali un sito *Internet*, in data 13 giugno 2022 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

16. Con parere pervenuto in data 13 luglio 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l'utilizzo di *internet* da parte di FCA Italy S.p.A. risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti del professionista, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale del mezzo di comunicazione citato.

V. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

17. Il finanziamento rappresenta una delle più diffuse modalità di acquisto delle autovetture nuove. Nel tempo, ai finanziamenti tradizionali caratterizzati da una lunga durata e da un anticipo di importo variabile si sono affiancati i finanziamenti c.d. con maxirata finale, dove gran parte dell'esborso si concentra nell'anticipo e nella maxirata finale⁷ e il pagamento rateale si riduce a 24-48 mesi.

Più di recente, alcune case automobilistiche hanno iniziato a proporre ai consumatori, in alternativa all'acquisto, contratti di *leasing* di durata spesso triennale, strutturati sulla base di un rilevante anticipo, una rata mensile e, in caso di *leasing* finanziario, un'opzione di riscatto.

18. Tali proposte presentano una intrinseca complessità dovuta alla presenza di differenti elementi (anticipo, un numero di rate mensili, maxirata finale/valore di riscatto), che permettono molteplici strutturazioni dei pagamenti nel tempo.

Solo la conoscenza contestuale di tutti gli elementi essenziali dell'offerta può permettere di acquisire una piena consapevolezza dell'impegno finanziario

⁷ La maxirata finale corrisponde generalmente al c.d. "valore futuro garantito" dell'automobile a quel momento (al lordo di eventuali danni). Oltre al suo versamento per l'acquisto a titolo definitivo dell'auto, sono spesso previste altre opzioni, che vanno dal rifinanziamento al suo utilizzo per l'acquisto di un'auto nuova del medesimo produttore.

richiesto e della sua distribuzione nel tempo, elemento quest'ultimo fondamentale per giudicarne la compatibilità con i propri flussi reddituali e la propria capacità di risparmio.

19. Il presente provvedimento muove quindi dall'esigenza di contrastare la prassi corrente del settore automobilistico che enfatizza al primo contatto il contenuto importo della rata mensile oppure un prezzo che non comprende oneri finanziari o spese.

Tale prospettazione fa leva su un elemento che può essere considerato secondario nell'economia complessiva dei pagamenti previsti nelle offerte con maxirata finale o di *leasing* e di carattere parziale nelle offerte tradizionali con anticipo. Analogamente, la rappresentazione di un prezzo di acquisto non inclusivo di altri oneri o spese alletta il consumatore sulla convenienza di un'offerta che è ben più onerosa di quanto appaia.

20. Alla luce della *ratio* dell'intervento istruttorio nel settore, gli impegni presentati dal professionista appaiono proporzionati ai delineati obiettivi e idonei alla rimozione della possibile infrazione, in quanto volti a consentire al consumatore di apprezzare, fin dal primo contatto con le condizioni economiche dell'offerta, l'entità dell'impegno economico richiesto e la sua distribuzione nel tempo.

21. Infatti, la concentrazione in un unico riquadro visivo di tutte le informazioni economiche rilevanti⁸, veicolate in modo chiaro e con adeguata evidenza grafica, permette al consumatore di calcolare con semplici operazioni aritmetiche il costo della vettura e comprenderne le modalità di pagamento nel tempo.

Nel caso di finanziamenti di tipo tradizionale, in cui l'importo delle rate è differenziato nel tempo, il consumatore verrà informato con immediatezza del numero delle rate corrispondenti a ciascun diverso ammontare.

22. Gli Impegni proposti rappresentano dunque un significativo miglioramento della comunicazione relativa alle condizioni di finanziamento, in quanto riducono l'asimmetria informativa e assicurano condizioni di offerta trasparenti e immediatamente comprensibili.

23. Particolarmente apprezzabile è, poi, la circostanza che il professionista abbia proposto misure che vanno oltre il perimetro delle contestazioni mosse in avvio, avendo previsto l'estensione degli Impegni alle altre forme di comunicazione via *internet* (*banner* e *social media*) e l'adozione di apposite Linee Guida, che detteranno anche per la comunicazione *offline* (in

⁸ L'entità dell'anticipo (se previsto), il numero e l'importo mensile delle singole rate e dei canoni di *leasing*, l'entità del versamento finale (maxirata finale), l'eventuale valore di riscatto, il TAN e il TAEG.

particolare, stampa e TV) l'applicazione dei medesimi principi adottati dal professionista per la comunicazione digitale.

24. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati - che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante - soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO, pertanto, che gli impegni presentati dalla società FCA Italy S.p.A., nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza della pratica commerciale oggetto di istruttoria;

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società FCA Italy S.p.A.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società FCA Italy S.p.A., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera *a*), del Regolamento, gli impegni proposti in data in data 11 febbraio 2022, successivamente integrati in data 18 marzo 2022, e presentati in versione consolidata il 21 giugno 2022, come descritti nel Formulario allegato al presente provvedimento, di cui costituisce parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera *a*), del Regolamento;

c) che la società FCA Italy S.p.A., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) il professionista non dia attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parte che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 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.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli