



*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, successivamente integrata in data 18 marzo 2022 e in data 22 giugno 2022, con la quale la società Groupe PSA Italia 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’art. 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. Groupe PSA Italia S.p.A. (di seguito anche “Groupe PSA”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è la filiale italiana del gruppo francese Groupe PSA i cui *asset* sono stati trasferiti alla *holding* multinazionale Stellantis N.V., attivo a livello mondiale nella produzione e vendita di automobili con diversi marchi, tra i quali *Peugeot, Citroën, Opel e DS*.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sui siti *internet* www.peugeot.it, www.citroen.it, www.opel.it, www.dsautomobiles.it, degli elementi che contribuiscono a determinare il costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento o per utilizzare in *leasing* le autovetture 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 Consumo, in data 28 dicembre 2021 è stato avviato, ai sensi degli artt. 21 e 22 del Codice del Consumo, il procedimento istruttorio PS12248 nei confronti di Groupe PSA Italia S.p.A.¹. In tale sede è stata contestata la possibile ommissività ed ingannevolezza delle modalità di presentazione, sui siti *internet* dedicati ai singoli marchi *Peugeot, Citroën, Opel e DS*, del costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento o per utilizzare in *leasing* le autovetture pubblicizzate. Al primo contatto, il professionista enfatizza, infatti, soltanto il conveniente importo della rata, senza comunicare contestualmente, con analogha enfasi, l’entità dell’anticipo e della maxirata finale o *Valore Futuro Garantito*, che costituiscono la parte preponderante del costo complessivo della vettura, nonché il numero di rate, elementi essenziali per consentire al consumatore di acquisire consapevolezza, fin dal primo contatto, dell’entità dell’impegno economico richiesto, della sua durata e distribuzione nel tempo. Tali informazioni risultano relegate in sezioni di non agevole lettura, il cui contenuto poteva essere visionato

¹ Doc. 1 dell’indice del fascicolo istruttorio.

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).

4. Groupe PSA Italia S.p.A. ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 20 gennaio 2022².

5. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento con nota pervenuta l'8 febbraio 2022³ e ha depositato una memoria conclusiva l'8 giugno 2022⁴.

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 2022⁵. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 22 giugno 2022⁶.

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 Regolamento⁷.

8. In data 30 maggio 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento⁸.

9. In data 12 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 Groupe PSA ha sostenuto la correttezza del proprio operato, ritenendo di fornire al consumatore un'informazione completa ed esaustiva.

Infatti, ad avviso 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 ulteriori ed esterne. In ogni caso, l'attenzione del consumatore nei confronti di un dato marchio e delle offerte che propone sarebbe antecedente al momento del primo contatto instaurato attraverso il sito, di talché la

² Doc. n. 5 dell'indice del fascicolo istruttorio.

³ Doc. 6 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁴ Doc. 14 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁵ Docc. 7 e 8 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁶ Doc. 16 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁷ Cfr. doc. 11 dell'indice del fascicolo istruttorio.

⁸ Doc. 13 dell'indice del fascicolo istruttorio.

mancanza in tale momento di un'informazione completa risulterebbe del tutto irrilevante.

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

11. Come sopra indicato, il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) l’11 febbraio 2022, integrata il 18 marzo 2022, depositando una versione consolidata il 22 giugno 2022.

12. Le misure proposte consistono:

i) nell’indicazione, con “*buona evidenza*”, dal punto di vista dimensionale e grafico, dei principali elementi che caratterizzano l’offerta nella pagina dei siti *internet* dedicati ai singoli marchi *Peugeot, Citroën, Opel e DS* attraverso la quale si verifica il primo contatto col consumatore: l’entità della rata mensile - riportando gli importi delle diverse rate qualora queste 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 un’altra pagina contenente un’informazione completa circa le caratteristiche dell’offerta. Nel caso di offerte per l’acquisto *on line* di modelli *Peugeot, Citroën, Opel e DS*, l’informazione completa potrà essere resa anche attraverso una pagina visibile, in modo stabile e con immediatezza, posizionando il *mouse* sul simbolo ①;

ii) nell’indicazione, con “*buona evidenza*” nella pagina *web* di primo contatto i principali elementi che caratterizzano l’offerta di noleggio, ossia: l’importo del canone mensile; la durata; l’entità dell’anticipo (ove esistente); il termine di validità dell’offerta;

iii) nell’applicazione dei medesimi principi alle offerte veicolate attraverso *banner* (eventualmente suddivisi in più pannelli virtuali) su altri siti e attraverso i *social media* di cui il professionista si avvale abitualmente (*facebook e instagram*);

iv) nella predisposizione di Linee Guida per la comunicazione di offerte di finanziamento e noleggio sia a mezzo *web* che attraverso altri mezzi, ivi compresi stampa e televisione, da divulgare alle strutture commerciali responsabili dei vari marchi.

Nell’ambito delle Linee Guida verranno indicati, conformemente all’impegno *sub (i)*, i principi e i criteri operativi cui dovrà attenersi la comunicazione a mezzo *web* e verrà indicato che i medesimi principi dovranno essere applicati alla comunicazione delle offerte in questione attraverso tutti i mezzi, secondo le particolarità proprie di ciascuno di essi;

v) nell’estensione degli impegni a qualsiasi altro marchio che verrà commercializzato in futuro.

13. Groupe PSA 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 sui siti *web* una diversa strategia comunicativa, 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 i siti *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 12 luglio 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l'utilizzo di *internet* da parte di Groupe PSA Italia 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 finale⁹ 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.

⁹ 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.

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 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 rilevanti¹⁰, 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.

¹⁰ 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.

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)*, nonché a qualsiasi altro marchio che verrà commercializzato in futuro.

Parimenti, appare pregevole l'adozione di apposite Linee Guida che detteranno anche per la comunicazione *offline* (in 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 Groupe PSA Italia 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 Groupe PSA Italia S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Groupe PSA Italia 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 11 febbraio 2022, successivamente integrati in data 18 marzo 2022, e presentati in versione consolidata in data 22 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 Groupe PSA Italia S.p.A. entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'art. 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