



*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 10 febbraio 2022 e integrata in data 24 marzo 2022, con la quale la società Hyundai Motor Company Italy S.r.l. 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. La società Hyundai Motor Company Italy S.r.l. in qualità di professionista (di seguito anche Hyundai), ai sensi dell'art. 18, lett. *b*), del Codice del Consumo. La società appartiene al gruppo facente capo alla società coreana Hyundai Motor Company, attivo a livello mondiale nella produzione e vendita di automobili con diversi marchi, tra i quali *Hyundai*.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sul sito *Internet* www.hyundai.com/it.html degli elementi che contribuiscono a determinare il costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento 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 Consumo, in data 28 dicembre 2021 è stato avviato, ai sensi degli articoli 21 e 22 del Codice del Consumo, il procedimento istruttorio PS12254 nei confronti di Hyundai Motor Company S.r.l.¹, in relazione alla possibile ommissività ed ingannevolezza delle modalità di presentazione, sul sito *Internet* del marchio del professionista, del costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento le auto pubblicizzate. Al primo contatto, il professionista enfatizzava, infatti, il conveniente importo della rata o il prezzo del veicolo mediante il *claim* “*Tua da €XX*”, relegando informazioni essenziali circa i costi complessivi (l'entità dell'anticipo e della maxirata finale o *Valore Futuro Garantito*, il numero di rate, ecc.) e la portata del *claim* 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*, l'apertura di appositi riquadri contenenti le “*Note Legali*”, l'ingrandimento dei caratteri).

4. Il professionista ha avuto accesso agli atti del procedimento ed estratto

¹ Prot. 95842 del 28 dicembre 2021.

copia dei documenti acquisiti al fascicolo in data 26 gennaio 2022.

5. Hyundai ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con nota pervenuta in data 27 gennaio 2022²

6. Il professionista è stato sentito dagli Uffici³ in data 11 marzo 2022.

7. In data 10 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 24 marzo 2022. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 9 giugno 2022⁴.

8. 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.

9. 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 Regolamento⁶.

10. In data 12 luglio 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

11. Nelle proprie difese il professionista ha sostenuto la correttezza del proprio operato, ritenendo di avendo riportato nella prima pagina del sito, che rappresenta il momento di cd. “aggancio” del consumatore, tutte le informazioni essenziali per il consumatore in modo contestuale e con caratteri evidenti. In ogni caso, l'acquisto dell'autovettura non rappresenta un acquisto cd. di “impulso”, cosicché anche il consumatore medio è pronto ad acquisire le informazioni e a ponderarle nel loro complesso.

12. Il professionista nel dicembre 2021 ha pubblicizzato le proprie offerte su *Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn* e sulle pagine locali di alcuni quotidiani. Su altri mezzi di comunicazione le pubblicità hanno avuto ad oggetto solo la vettura, senza indicazioni circa le offerte di acquisto con finanziamento.

² Cfr. prot. 0015433 e 0015671 del 27 gennaio 2022.

³ Cfr. verbale dell'11 marzo 2022.

⁴ Cfr. Prot. 19177 del 10 febbraio 2022, prot. 29046 del 24 marzo 2022 e prot. 47073 del 9 giugno 2022.

⁵ Cfr. prot. 37062 del 27 aprile 2022.

⁶ Cfr. prot. 0044716 del 30 maggio 2022.

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

13. Come sopra indicato, il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 10 febbraio e 24 marzo 2022, fornendone una versione consolidata in data 9 giugno 2022.

14. In particolare, il professionista si impegna:

i) a eliminare dalla *homepage* del sito i *box* dei messaggi promozionali, le sezioni contenenti dati economici nonché ogni altra informazione relativa al costo delle autovetture, limitandosi a fornire la descrizione dei modelli;

ii) a concentrare le informazioni relative al costo della vettura, a finanziamenti e promozioni in pagine specifiche dedicate ad ogni singolo modello, raggiungibili mediante *link* dalla sezione “*Promozioni e offerte*”. In tali pagine saranno evidenziati dei *box* nei quali verranno fornite contestualmente e con pari evidenza grafica numero e importo delle rate, prezzo promozionale di partenza, anticipo, valore futuro garantito, importo totale dovuto, TAN, TAEG; le medesime informazioni economiche saranno anche descritte in modo più esteso in una successiva sezione della pagina;

iii) a precisare, nel caso in cui il prezzo promozionale sia accompagnato dal claim “*Tua da*”, le condizioni per accedere a tale prezzo (ad es., solo con finanziamento, rottamazione ecc.) e i relativi oneri finanziari;

iv) a eliminare dai contenuti pubblicitari pubblicati sui canali *social* tramite video e *post* e su siti *internet* tramite *banner*, ogni riferimento alle condizioni economiche. Per ottenere le informazioni sul costo delle vetture, il consumatore dovrà cliccare su un *link* che lo condurrà alla pagina del sito di Hyundai sopra descritta.

v) a inserire sul sito di Hyundai un video didattico che spieghi al consumatore la struttura dei finanziamenti;

vi) a predisporre un piano di formazione e linee guida per il personale coinvolto nella gestione della pubblicità, relativi alla creazione e presentazione degli annunci pubblicitari *on line* (sito internet, *banner*, *social network*, siti di terzi ecc.) e *off-line* (stampa, TV, radio ecc.), basati sugli impegni proposti.

15. La Parte si impegna a realizzare gli impegni descritti ai punti *i)* - *iv)* entro 30 giorni e degli impegni descritti ai punti *v)* e *vi)* entro 90 giorni dalla pubblicazione della decisione dell’Autorità.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

16. 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.

17. 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 Hyundai risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nel sito 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

18. 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.

19. 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.

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.

20. 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. 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.

21. Alla luce della *ratio* sottesa all'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.

22. 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.

23. Inoltre, nel caso di offerte di acquisto con finanziamento in cui sia indicato il prezzo dell'autovettura con il *claim* "Tua da...", le precisazioni introdotte qualificheranno la portata del *claim*, rendendo il consumatore immediatamente consapevole che l'importo indicato è subordinato all'accensione di un finanziamento e non rappresenta l'esborso totale da sostenere per l'acquisto del veicolo.

24. 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.

25. Particolarmente apprezzabile, poi, appare 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

⁸ L'entità dell'anticipo (se previsto), il numero e l'importo mensile delle singole rate, l'entità del versamento finale (maxirata finale), il TAN e il TAEG.

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

26. 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 Hyundai Motor Company Italy Srl, 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 Hyundai Motor Company Italy S.r.l.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Hyundai Motor Company Italy S.r.l., ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, *lett. a)*, del Regolamento, gli impegni proposti in data 10 febbraio 2022, successivamente integrati in data 24 marzo 2022, e presentati in versione consolidata 9 giugno 2022, come descritti nel Formulário 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, *lett. a)*, del Regolamento;

c) che la società Hyundai Motor Company Italy S.r.l., 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) i professionisti non diano 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 dalle Parti 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