



*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 24 marzo e 30 giugno 2022, con la quale la società Kia Italia 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. Kia Italia s.r.l. (di seguito anche “Kia”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, *lett. b*), del Codice del Consumo. Kia Italia è la filiale italiana dell’omonima società, attiva a livello mondiale nella produzione e vendita di veicoli a marchio *Kia*.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sul sito *Internet* <https://www.kia.com/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 PS12255 nei confronti di Kia Italia, in relazione alla possibile ommissività ed ingannevolezza delle modalità di presentazione, sul sito *Internet* www.kia.com/it, del costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento o per utilizzare in *leasing* le auto pubblicizzate. Al primo contatto, il professionista enfatizzava, infatti, soltanto il conveniente importo della rata, relegando informazioni essenziali (anticipo, maxi-rata 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 (quali il *click* su uno o più *link* per accedere alle pagine dedicate ai singoli veicoli in promozione, lo scorrimento delle *landing page*, l’ingrandimento dei caratteri delle “*Note Legali*”).

4. Kia 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

¹ Cfr. doc. 1 del fascicolo istruttorio.

formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con note pervenute in data 27 e 28 gennaio 2022².

6. Il professionista è stato sentito in audizione dagli Uffici in data 10 marzo 2022³.

7. 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 24 marzo 2022. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 30 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 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

11. Il professionista ha sostenuto la correttezza delle comunicazioni commerciali oggetto del procedimento poiché: (i) la *homepage* sarebbe stata disegnata per indurre l'utente a scegliere, attraverso la pagina "Modelli" (priva di informazioni di carattere economico) quello di suo interesse e poi ottenere tutte le informazioni tecniche ed economiche su di esso nella relativa pagina di dettaglio; quest'ultima può essere raggiunta anche attraverso la sezione "*Promozioni*", pensata per agevolare il confronto dei diversi modelli attraverso informazioni (importo della rata, tipo di promozione, TAEG) che, secondo Kia, i consumatori tengono maggiormente in considerazione; (ii) le informazioni presenti sul sito sarebbero chiare e

² Cfr. docc. 6 e 7 del fascicolo istruttorio.

³ Cfr. docc. 14 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. docc. 8, 16 e 20 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. doc. 17 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. docc. 19 del fascicolo istruttorio.

complete, anche in relazione al mezzo di comunicazione impiegato; infatti, l'acquisto di un'automobile, a causa del valore e dell'importanza del bene, non può essere considerato un acquisto "d'impulso" e in questo settore il consumatore medio sarebbe abituato a confrontare offerte concorrenti sulla base di tutte le caratteristiche delle stesse; (iii) le informazioni fornite sarebbero conformi alla normativa di settore (art. 123, comma 1, d.lgs. 1° settembre 1993, n. 385, recante il "*Testo unico bancario*").

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

12. Il professionista ha presentato una proposta di impegni ("Impegni") in data 11 febbraio 2022, integrati il 24 marzo 2022, fornendone una versione consolidata in data 30 giugno 2022.

13. Con i predetti impegni il professionista ha proposto di:

(i) modificare la pagina delle "*promozioni*" rimuovendo le indicazioni relative al prezzo delle autovetture e inserendo un *link* alle pagine dei singoli modelli ("*Scopri di più*");

(ii) modificare le pagine dedicate ai singoli modelli garantendo "*visibilità, contestualità e pari dignità grafica a tutte le informazioni essenziali delle offerte promozionali*" ed "*uniformità nella dimensione del carattere degli elementi*" rilevanti sia per il finanziamento "*Scelta KIA*" che per il *leasing* "*K-Lease*". In particolare, immediatamente sotto l'immagine del singolo modello saranno chiaramente visibili numero e importo delle rate, prezzo promozionale di partenza, anticipo o primo canone anticipato, valore futuro garantito o prezzo di riscatto, TAN e TAEG e importo totale dovuto dal consumatore in caso di finanziamento. Saranno altresì evidenziate le alternative a disposizione al termine del piano rateale e per le note legali sarà impiegato un carattere di dimensioni maggiori a quello attuale;

(iii) modificare secondo i medesimi criteri la pubblicità a stampa;

(iv) predisporre un piano di formazione e linee guida interne per la diffusione di messaggi su tutti i mezzi di comunicazione *offline* (p.es. stampa, TV e radio) e *online* (p.es. sito, *social networks* e *banner* su siti terzi) in base a principi di completezza e contestualità delle informazioni;

(v) inserire sul proprio sito un video esplicativo della struttura delle tipologie di finanziamento, senza contenuti pubblicitari.

14. Kia si impegna a realizzare gli impegni descritti entro tre mesi dalla data di comunicazione del provvedimento con cui detti impegni saranno resi obbligatori.

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 Consumo⁷.

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 Kia 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

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 maxi-rata finale, dove gran parte dell'esborso si concentra nell'anticipo e nella maxirata finale⁸ 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, l'opzione di riscatto.

⁷ Cfr. doc. 21 del fascicolo istruttorio.

⁸ 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 prospettiva 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* 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.

21. Infatti, la concentrazione in un unico riquadro visivo di tutte le informazioni economiche rilevanti⁹, 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.

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. L'impegno a dedicare un'apposita sezione del sito alla descrizione del

⁹ L'entità dell'anticipo, 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.

funzionamento del finanziamento e del *leasing*, contribuirà a elevare ulteriormente la trasparenza delle offerte in esame.

24. Particolarmente apprezzabile, poi, è la circostanza che il professionista ha proposto misure che vanno oltre il perimetro delle contestazioni mosse in avvio, avendo previsto l'estensione degli Impegni alle altre forme di comunicazione digitale (ad esempio *social networks* e *banner* su siti terzi) e *off line* (ad esempio stampa, TV e radio), che si ispireranno ai principi di completezza e contestualità veicolati attraverso un piano di formazione e Linee Guida.

25. 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 Kia Italia s.r.l., 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 Kia Italia s.r.l.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Kia Italia 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 11 febbraio 2022, successivamente integrati in data 24 marzo 2022 e presentati in versione consolidata il 30 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 Kia Italia 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) 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