



*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 16 marzo 2022, con la quale la società M.M. Automobili 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’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 M.M. Automobili Italia S.p.A. (di seguito anche “M.M. Automobili”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lett. b), del Codice del Consumo. M.M. Automobili, in virtù di un accordo di distribuzione, importa e commercializza in esclusiva in Italia gli autoveicoli e i ricambi a marchio *Mitsubishi*, fabbricati dalla società giapponese Mitsubishi Motors Corporation.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne le modalità di presentazione, sul sito *Internet* <https://www.mitsubishi-motors.it/>, 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 PS12259 nei confronti di M.M. Automobili Italia S.p.A., in relazione alla possibile ommissività ed ingannevolezza delle modalità di presentazione, sul sito *Internet* del professionista, del costo da sostenere per acquistare mediante finanziamento le auto pubblicizzate. Al primo contatto, il professionista enfatizzava, infatti, il *claim* “*Tua da € [prezzo della vettura]*”, accompagnato dall’indicazione “*con finanziamento [nome dell’offerta]*”, dal TAN e dal TAEG. Informazioni essenziali per chiarire la portata del *claim* e i costi complessivi (eventuale anticipo, importo e numero delle rate, oneri finanziari ecc.) sono relegate 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).

4. Il professionista ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e ha svolto le proprie argomentazioni difensive con nota pervenuta l'11 febbraio 2022.¹
5. Il professionista è stato sentito dagli Uffici² in data 8 marzo 2022.
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 16 marzo 2022. Una versione consolidata degli impegni è stata depositata in data 9 giugno 2022.³
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 Regolamento⁴.
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 Regolamento⁵.
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 il professionista ha sostenuto la correttezza del proprio operato, ritenendo di fornire al consumatore un'informazione completa ed esaustiva. A dire del professionista, le peculiarità del mezzo di diffusione (sito *web*) richiedono che in *homepage* venga fornito un numero limitato di informazioni, che rappresentano una sintesi dei diversi argomenti trattati più approfonditamente all'interno del sito. Attraverso l'esecuzione di un'unica azione, in maniera del tutto coerente con le normali modalità di navigazione e consultazione di un sito *web*, il consumatore ha poi a disposizione tutte le informazioni complete relative all'offerta, permettendo di acquisire completa consapevolezza dell'entità dell'impegno economico richiesto per l'acquisto del veicolo.

¹ Cfr. prot. 19556 dell'11 febbraio 2022.

² Cfr. prot. 25418 dell'8 marzo 2022.

³ Cfr. prot. 26840 dell'11 febbraio 2022, prot. 26840 del 16 marzo 2022, prot. 46849 del 9 giugno 2022.

⁴ Cfr. prot. 37068 del 27 aprile 2022.

⁵ Cfr. prot. 44723 del 30 maggio 2022.

11. I messaggi contestati sono comparsi esclusivamente sul sito *www.mitsubishi-motors.it* e non sono stati oggetto di alcuna campagna pubblicitaria (TV, radiofonica, stampa o di altro genere).

III.2.2 Gli impegni proposti dal professionista

12. Come sopra indicato, il professionista ha presentato una proposta di impegni (“Impegni”) in data 11 febbraio e 16 marzo 2022, fornendone una versione consolidata in data 9 giugno 2022.

13. In particolare, il professionista si impegna:

(i) a integrare le informazioni relative all’offerta di finanziamento tradizionale presenti in *homepage* inserendo: numero di rate, valore della rata, anticipo;

(ii) a inserire, qualora si utilizzi il *claim* “*Tua da*” seguito dal prezzo promozionale praticato, l’indicazione “*solo con finanziamento*” seguita dall’espressione “*oltre oneri finanziari*”;

(iii) a integrare la pagina di dettaglio della promozione, raggiungibile dal *link* “vai alla promo” presente in *homepage*, con le medesime informazioni di cui ai punti (i) e (ii);

(iv) a rendere più facilmente leggibili le Note Legali poste sotto il modulo di richiesta di preventivo, aumentando la dimensione del carattere e evidenziando le principali voci dell’offerta;

(v) a estendere il campo di applicazione degli Impegni (i) e (ii) anche ad eventuali messaggi sui canali social e alle *preview* degli annunci sponsorizzati sui motori di ricerca.

14. La Parte si impegna a realizzare gli impegni descritti entro 15 giorni dall’accoglimento degli impegni da parte dell’Autorità.

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 12 luglio 2022, la suddetta Autorità ha ritenuto che, nel caso di specie, l'utilizzo di *internet* da parte di M.M. Automobili 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 maxirata finale, dove gran parte dell'esborso si concentra nell'anticipo e nella maxirata finale⁶ e il pagamento rateale si riduce a 24-48 mesi.

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. Analogamente, la rappresentazione di un prezzo di

⁶ 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.

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 rilevanti⁷, 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.

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 per qualificare la portata del *claim* renderanno il consumatore consapevole che il valore indicato è subordinato all'accensione di un finanziamento e non rappresenta l'esborso totale da sostenere per l'acquisto del veicolo.

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

23. Particolarmente apprezzabile, 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 digitale, dove gli annunci pubblicitari saranno elaborati applicando i medesimi principi adottati dal professionista per la comunicazione tramite il proprio sito internet.

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 M.M. Automobili 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;

⁷ L'entità dell'anticipo, il numero e l'importo mensile delle singole rate, il TAN e il TAEG.

RITENUTO, di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società M.M. Automobili Italia S.p.A.;

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

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società M.M. Automobili Italia S.p.A., 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 16 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 M.M. Automobili 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'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