



*Autorità Garante  
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 giugno 2024;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 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 del 17 ottobre 2023, con la quale è stato avviato il procedimento PS12638 nei confronti della società DR Automobiles S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 17 ottobre 2023, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso la sede legale della società DR Automobiles S.r.l.;

VISTA la comunicazione del 22 novembre 2023, di integrazione oggettiva e soggettiva del procedimento nei confronti di DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 30 gennaio 2024, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie e per la valutazione degli impegni proposti dal professionista in data 5 gennaio 2024, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo;

VISTO il proprio provvedimento del 30 aprile 2024, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LE PARTI**

1. La società DR Automobiles S.r.l., in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del consumo (di seguito anche “DR” o “Professionista”), è attiva nella commercializzazione di autoveicoli per il trasporto di persone e cose, anche attraverso i marchi DR ed EVO. Il fatturato di DR, in riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, è pari a 657.268.161 euro, con un MOL di 45.636.518 euro e un utile al netto delle imposte pari a 18.343.854 euro.

2. La società DR Service & Parts S.r.l., controllata da DR Automobiles S.r.l., in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del consumo (di seguito anche “DR S&P”) è attiva nell'approvvigionamento e nella fornitura sul territorio nazionale dei pezzi di ricambio delle autovetture a marchio DR ed EVO. Il fatturato di DR S&P, in riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, è pari a euro 14.440.601, con un MOL di 1.852.842 euro ed utile al netto delle imposte pari a 1.076.465 euro.

3. Altroconsumo, in qualità di associazione dei consumatori segnalante.

## **II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

4. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere da DR e DR S&P (di seguito, congiuntamente, anche “Professionisti” o le “Società”), consistenti: *(i)* nella ingannevole rappresentazione e pubblicizzazione dell'Italia come luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO (“Pratica A”) e *(ii)* nel non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e nella mancata assistenza post-vendita (“Pratica B”).

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L'iter del procedimento*

5. Secondo informazioni acquisite d'ufficio, nonché sulla base della segnalazione di un consumatore, la società DR Automobiles S.r.l. avrebbe posto in essere una pratica commerciale scorretta nella promozione dei propri autoveicoli, consistente nella rappresentazione non veritiera - anche attraverso le informazioni contenute nei siti *internet* aziendali, in campagne pubblicitarie *online* e sui *mass-media* iniziate almeno nel dicembre 2021 - del luogo di produzione degli autoveicoli a marchio DR ed EVO.

6. In relazione alla pratica sopra descritta, in data 17 ottobre 2023, è stato avviato nei confronti della società DR Automobiles S.r.l. un procedimento istruttorio per accertare se alcuni comportamenti, consistenti nella rappresentazione e pubblicizzazione dell'Italia come luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO, possano costituire una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, 22 del Codice del Consumo (“**Pratica A**”).

7. In data 19 ottobre 2023, si sono svolti accertamenti ispettivi presso la sede legale della società.

8. In data 9 novembre 2023, la DR ha dato riscontro alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento.

9. In data 14 novembre 2023, DR Automobiles S.r.l. ha esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento.

10. Dalle evidenze agli atti sono emersi elementi che hanno reso necessario procedere, in data 22 novembre 2023, all'integrazione oggettiva e soggettiva del procedimento nei confronti di DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l., per accertare se alcuni comportamenti posti in essere dalle medesime società, quali: (i) il non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e (ii) la mancata assistenza *post-vendita*, siano suscettibili di integrare una pratica commerciale aggressiva in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo (“**Pratica B**”).

11. Con comunicazione del 12 dicembre 2023, i Professionisti hanno dato riscontro alla richiesta di informazioni trasmessa con la comunicazione di integrazione di cui al punto precedente.

12. In data 5 gennaio 2024, i Professionisti, congiuntamente tra loro, hanno presentato una prima memoria difensiva e una proposta di impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo.

13. In data 30 gennaio 2024, l'Autorità ha deliberato il rigetto degli impegni presentati dalle società in quanto relativi a condotte che, ove accertate, potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali “*manifestamente*

*scorrette e gravi*”, per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo, non può trovare applicazione. Ha ritenuto, inoltre, sussistere l'interesse a procedere all'accertamento in considerazione della particolarità e della rilevanza della condotta, nonché della novità della stessa.

**14.** Nella medesima data del 30 gennaio 2024, l'Autorità ha disposto di prorogare il termine di conclusione del procedimento al 14 maggio 2024, anche in considerazione della fase di valutazione degli impegni presentati dai Professionisti, nonché delle esigenze di garantire il più ampio contraddittorio con le Parti ed esperire i successivi adempimenti istruttori e procedurali.

**15.** In data 21 marzo 2024, è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

**16.** In data 22 marzo 2024, le società DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l. hanno nuovamente esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento.

**17.** In data 5 aprile 2024, è stata concessa ai Professionisti una proroga, richiesta in pari data, del termine di conclusione della fase istruttoria fino al 15 aprile 2024, al fine di assicurare il pieno contraddittorio.

**18.** In data 15 aprile 2024, è pervenuta la memoria finale dei Professionisti.

**19.** In data 16 aprile 2024, è stata trasmessa all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la richiesta di parere che è pervenuto il successivo 17 maggio 2024.

**20.** In data 30 aprile 2024, l'Autorità ha prorogato il termine di conclusione del procedimento al 18 giugno 2024 al fine di acquisire il parere da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e in considerazione della proroga del termine di conclusione della fase istruttoria richiesta dai Professionisti.

## ***2) Le evidenze acquisite***

### **Pratica A) - I messaggi sul luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO**

*i) la rappresentazione e pubblicizzazione dell'Italia come luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO*

**21.** Con riferimento al contenuto delle campagne di promozione delle vetture a marchio DR ed EVO, DR Automobiles ha utilizzato, almeno a partire da dicembre 2021, sui siti *internet* aziendali drautomobiles.com/ e drautomobilesgroupe.com/ frequenti ed espliciti richiami all'italianità delle

autovetture commercializzate, sia attraverso l'utilizzo del tricolore come parte dei marchi DR ed EVO (nel marchio di DR la bandiera italiana è posizionata in basso, in quello EVO è "inciso" nel marchio), sia attraverso informazioni non corrispondenti al vero.

22. In particolare, nella pagina denominata "*DR automobiles*" veniva espressamente indicato che DR è un "*gruppo automobilistico italiano che nel 2006 ha debuttato tra i costruttori di automobili, oggi è impegnato nella realizzazione di un piano industriale e commerciale di grande portata e ampio respiro*"<sup>1</sup>.

23. Analogamente, DR Automobiles, attraverso il video promozionale delle autovetture a marchio DR pubblicato nel dicembre 2021, (denominato "*Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles*"), ha veicolato ai consumatori in maniera diretta il messaggio, non corrispondente al vero, che dette autovetture fossero fabbricate interamente in Italia. Nel video, infatti, vi è una forte enfasi (già nel titolo) sul legame tra il marchio DR e la Regione Molise attraverso un *mix* di testi (letti da voci fuori campo) ed una lunga sequenza di immagini, riguardanti non solo i luoghi più rappresentativi del territorio molisano (cfr. figura n. 1), ma soprattutto una catena di montaggio delle autovetture all'interno di capannoni industriali; queste immagini raffigurano le autovetture nelle diverse fasi di costruzione, sin dalla fase iniziale di saldatura delle lamiere (cfr. figure nn. 2 e 3). Nella parte finale del video si vedono le autovetture "finite", allineate nei piazzali antistanti i capannoni di DR vicino a Isernia. Il video è, inoltre, accompagnato da voci fuori campo che usano espressioni esplicite e enfatiche tra cui: "*auto che arrivano da un posto che non esiste, e invece esiste*"; "**questo facciamo qui, ogni santo giorno**"; "**questo è il Molise, queste sono le nostre auto e la nostra è una storia italiana**"<sup>2</sup>.

---

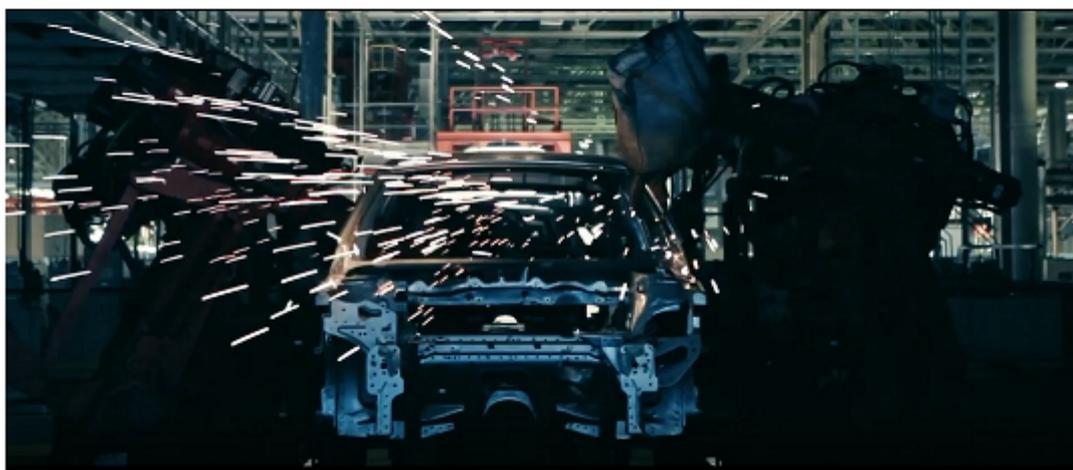
<sup>1</sup> Cfr. protocollo n. n. 82434/2023, figure nn. 1, 2 e 6 della comunicazione di avvio del procedimento.

<sup>2</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 27 settembre 2023; in particolare il video denominato "*Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles*".

*Figura n. 1 - Immagine di apertura dello spot pubblicitario nella quale viene indicato il cartello stradale all'ingresso del Molise estratta dal video promozionale "Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles" trasmesso da DR Automobiles a partire da dicembre 2021.*



*Figura n. 2 – Immagine di saldatura delle lamiere delle auto estratta dal video promozionale "Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles" trasmesso da DR Automobiles a partire da dicembre 2021.*



*Figura n. 3 – Immagine della catena di montaggio delle auto estratta dal video promozionale "Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles" trasmesso da DR Automobiles a partire da dicembre 2021.*



24. Nel corso dell'accertamento ispettivo, il video promozionale del dicembre

2021, denominato “*Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles*”, è stato visionato alla presenza del dott. Di Risio (fondatore dell’omonimo brand “DR”) il quale, al riguardo, ha dichiarato che *“l’immagine delle auto DR così come rappresentate nelle prime fasi di costruzione (catena di montaggio con saldatura delle componenti, lastratura) potrebbero indurre in errore il consumatore circa il luogo di fabbricazione delle autovetture”*<sup>3</sup>.

**25.** Con riferimento all’attività promozionale posta in essere dal Professionista a partire dal dicembre 2021 e incentrata sul valore dell’“italianità” delle autovetture a marchio DR, sono emerse diverse comunicazioni nelle quali, direttamente o indirettamente, veniva sottolineata l’importanza del valore dell’italianità dei prodotti a marchio DR.

**26.** Durante la diffusione sui vari canali del richiamato video promozionale, il Professionista ha diffuso, inoltre, un comunicato stampa dal titolo “*Una storia italiana. DR Automobiles Groupe lancia una campagna istituzionale con un 60” che racconta dove e come nascono le proprie automobili*” nel quale veniva enfatizzato il legame con il Molise e, più in generale, con l’Italia attraverso un “racconto [che] porta il telespettatore all’interno dell’head-quarter della DR Automobiles Groupe, a Macchia d’Isernia. La macchina da presa è entrata nel centro ricerca e sviluppo, nel centro stile, nello stabilimento di produzione e negli uffici commerciali, per mostrare a tutti come nascono le automobili DR ed EVO e come tutti coloro che sono artefici di questa meravigliosa storia siano orgogliosamente molisani, orgogliosamente italiani. Il racconto infatti termina con il tricolore stilizzato e il pay-off «una storia italiana»” (sottolineatura aggiunta)<sup>4</sup>.

**27.** Ancora, in una e-mail del 10 novembre 2021, il responsabile del marketing e della comunicazione ha evidenziato al referente del gruppo editoriale “[omissis]”<sup>\*</sup> che *“l’importante sarebbe che l’uscita ci fosse, possibilmente, entro la prima metà di dicembre, perché poi dalla seconda metà come sai partiremo con una campagna TV istituzionale. Un 60” esalterà proprio il gruppo nel suo insieme e la nostra italianità, oltre alla nostra “molisanità”* (sottolineatura aggiunta)<sup>5</sup>.

**28.** Tale strategia di marketing, come dimostrato da alcune comunicazioni ricevute dal Professionista, è risultata particolarmente efficace tanto da

---

<sup>3</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023.

<sup>4</sup> Cfr. doc. 231 del fascicolo ispettivo.

<sup>\*</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>5</sup> Cfr. doc. 320 del fascicolo ispettivo.

spingere una consumatrice a scrivere che *“la storia e lo sviluppo della DR Automobiles mi ha molto colpita e alcuni miei conoscenti hanno scelto di acquistare le vostre auto proprio a motivo della loro italianità e sicurezza di reperimento dei pezzi di ricambio nonché della minore alea nelle consegne, ordini e così via”*<sup>6</sup>.

**29.** L’efficacia della strategia di *marketing* del 2021 - confermata anche da un aumento del 192% del numero delle vetture vendute rispetto all’anno precedente - ha spinto il Professionista a replicarla anche nel 2022<sup>7</sup> attraverso un video promozionale denominato *“Spot istituzionale DR Automobiles Groupe - Grazie Italia 2022”*<sup>8</sup>, diffuso sulle principali emittenti nazionali e tramite il proprio canale *Youtube*, nel quale viene riproposto (già nel titolo) il tema della fabbricazione italiana delle autovetture DR; infatti, accanto a numerose immagini dei luoghi e monumenti italiani più iconici (cfr. figure nn. 4, 5 e 6) e a immagini di prodotti e lavorazioni identificative nel mondo della creatività italiana e del *Made in Italy* (quali le immagini di una sfilata di moda, della preparazione del vetro di Murano e della realizzazione artigianale di un mosaico: cfr. figure nn. 7, 8 e 9), sono presenti le immagini di una catena di montaggio di autovetture DR nella fase iniziale della saldatura delle lamiere (cfr. figura n. 10 - queste ultime già riprese nel video del dicembre 2021 dianzi descritto).

**30.** Il video è, inoltre, accompagnato da voci fuori campo che usano espressioni esplicite e enfatiche di ringraziamento e tributo all’Italia ed all’italianità; tra cui *“se poteste parlare all’Italia, cosa le direste?”*, *“a noi basterebbe una sola parola, grazie”*, *“per la cultura che è sempre parte della nostra essenza”*, *“ma ancor di più ringraziamo voi che sapete come rendere unico questo paese”*, *“voi che continuate a far sì che il passato sia ancora presente”*, *“voi che sapete come prendervene cura”*, *“voi che date forma al futuro”*, *“voi che scegliete in maniera intelligente [...] e proprio per questo in migliaia avete scelto una nostra automobile”*, *“Grazie Italia”*. Il video, che ha lo scopo precipuo di rafforzare - in continuità con il video del dicembre 2021 dianzi descritto - il messaggio dell’esistenza di un legame diretto tra la fabbricazione delle automobili DR ed il territorio italiano e le sue lavorazioni più tipiche e rappresentative, termina con il logo della DR unitamente al tricolore e alla dicitura *“una storia italiana”* (cfr. figura n. 11)<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Cfr. doc. 315 del fascicolo ispettivo.

<sup>7</sup> Cfr. docc. 257, 310, 312, 313, 314, 320, 326 del fascicolo ispettivo.

<sup>8</sup> Cfr. doc. 195 del fascicolo ispettivo.

<sup>9</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 25 ottobre 2023.

Figura n. 4 – Immagine di Venezia contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.



Figura n. 5 – Immagine di Roma contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.



Figura n. 6 – Immagine di Firenze contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.

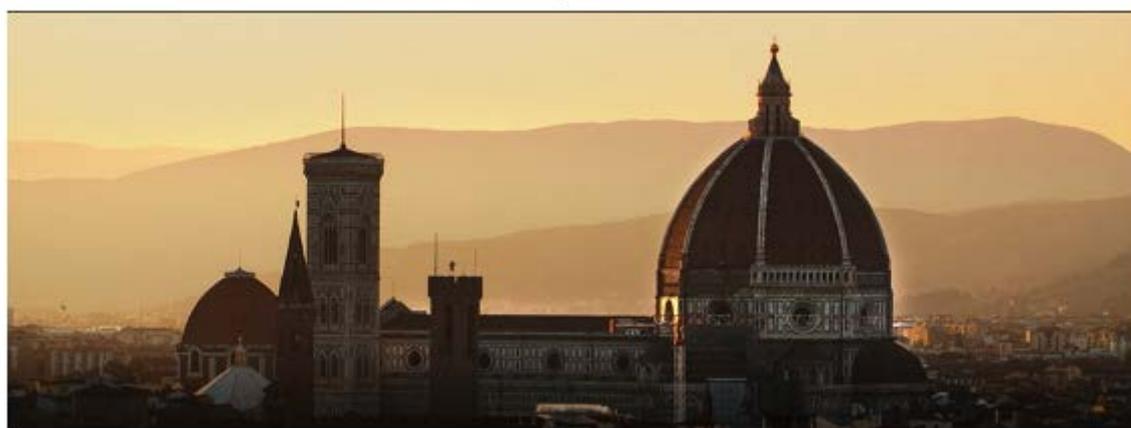


Figura n. 7 – Immagine di una sfilata di moda contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.



Figura n. 8 – Immagine di una preparazione del vetro di Murano contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.



Figura n. 9 – Immagine della preparazione di un mosaico contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.



Figura n. 10 – Immagine di saldatura delle lamiere contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.

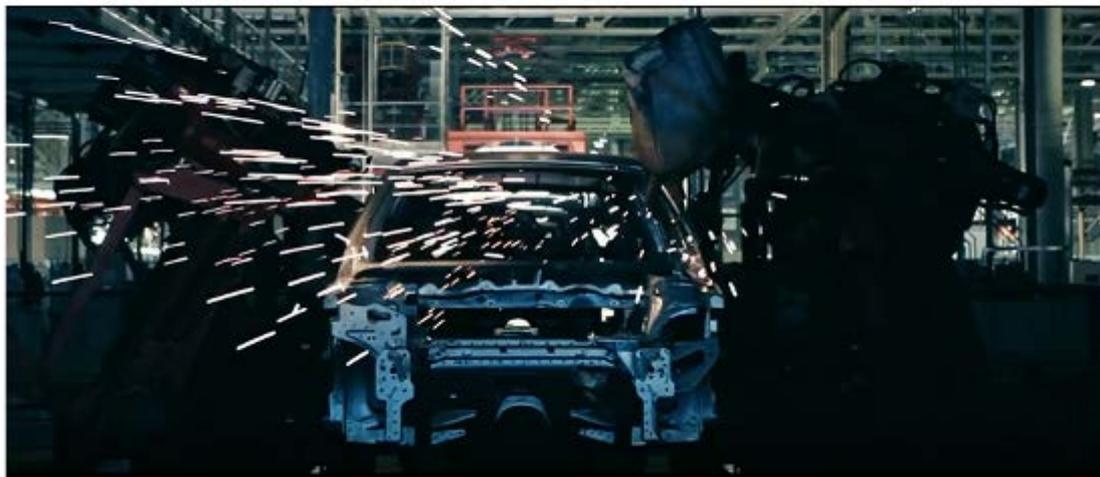


Figura n. 11 – Immagine di chiusura contenuta nel filmato “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022” trasmesso da DR Automobiles a partire dal 2022.



31. Rispetto al video appena descritto, è importante sottolineare che questo è stato anticipato, come in passato, da un avviso alla rete *dealers* del dicembre 2022 nel quale il Professionista ha comunicato che “per il lancio della DR 6.0 abbiamo previsto una campagna ADV di grande impatto grazie anche ad uno spot TV che si innesta sul filone di comunicazione intrapreso con la campagna istituzionale dello scorso dicembre [tra cui il video del dicembre 2021 dianzi descritto, n.d.r.], puntando molto sul valore della nostra italianità” (sottolineatura aggiunta)<sup>10</sup>.

32. La medesima finalità risulta rinvenibile in una comunicazione di marzo 2022 in cui il Responsabile *Marketing* di DR ha rappresentato, ai curatori della rubrica “[*omissis*]” del gruppo “[*omissis*]”, “la volontà di DR Automobiles Groupe di proseguire sul filone di comunicazione già intrapreso con la campagna istituzionale dello scorso dicembre, che fa leva

<sup>10</sup> Cfr. doc. 312 del fascicolo ispettivo.

prevalentemente sul valore della nostra italianità. In quest’ottica la partnership con [omissis] potrebbe essere funzionale, purché possa essere valorizzata al massimo, anche da un punto di vista redazionale/giornalistico nonché social, come un vero e proprio co-branding. [...] Anche la campagna di lancio della DR 6.0 (prevista nella seconda metà di aprile) punterà molto sul tema dell’italianità. Lo spot sarà girato nel cuore di Venezia, dove dovremmo riuscire a tenere anche un evento di lancio, in cui gradiremmo la presenza delle vostre redazioni/troupe TV e stampa. Si potrebbe eventualmente pensare anche a un servizio sul back stage dello spot? Non è da tutti i giorni girare uno spot automotive a Venezia, una città senza strade [...]. Venezia emblema della Bella Italia, DR 6.0 è il voyager SUV con cui puoi girare la Bella Italia” (sottolineatura aggiunta)<sup>11</sup>.

**33.** Il Professionista, con note del 23 ottobre 2023<sup>12</sup> e del 10 novembre 2023<sup>13</sup>, ha comunicato di aver sospeso la diffusione dei video promozionali denominati, rispettivamente, “Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles” e “Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022”.

**34.** Nei medesimi termini, DR Automobiles ha trasmesso un altro video promozionale delle autovetture a marchio EVO - andato in onda, tra l’altro, sul canale televisivo Rai 1, alle ore 21.35, del giorno 26 settembre 2023 - nel quale alterna immagini dell’auto a marchio EVO con quelle di alcuni paesaggi caratteristici del territorio italiano, concludendo il messaggio pubblicitario con il logo del marchio inciso dal tricolore, che è parte del marchio EVO<sup>14</sup>.

**35.** In tempi recenti, ovvero a partire dal mese di marzo 2024, il Professionista ha, inoltre, trasmesso, sul proprio canale *Youtube*<sup>15</sup> e sulle principali emittenti televisive, uno *spot* pubblicitario relativo all’autovettura DR5 UNICA dal quale emerge, ancora una volta, l’importanza del richiamo all’italianità ed alla fabbricazione in Italia, nella promozione delle autovetture commercializzate. In particolare, la voce di sottofondo che accompagna il filmato esordisce: “Nel 2006 nasceva la DR5, completamente assemblata nella nostra fabbrica in Molise con motore turbo diesel e meccanica tutta italiana”. Lo *spot*, che inizia presentando immagini del primo modello di DR5 in fase di produzione/assemblaggio (che dal 2006 fino al 2009 veniva effettivamente svolta in Italia), prosegue rappresentando che “Nel 2010, anticipando i tempi, abbiamo fatto una scelta ecologica abbandonando la tecnologia diesel per

---

<sup>11</sup> Cfr. doc. 313 del fascicolo ispettivo.

<sup>12</sup> Cfr. prot. n. 84628/2023.

<sup>13</sup> Cfr. prot. n. 91530/2023.

<sup>14</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 27 settembre 2023.

<sup>15</sup> Il filmato, attualmente sospeso, era rinvenibile al link <https://www.youtube.com/watch?v=IJ7Z-SHW9iE>.

passare a quella benzina-GPL. Negli anni, abbiamo perfezionato l'alimentazione gassosa e oggi, la nostra tecnologia termo-hybrid rappresenta il miglior compromesso tra il rispetto dell'ambiente e i costi d'esercizio contenuti. La DR5 è sempre stata il nostro modello iconico e, per festeggiare il suo 18° compleanno, è diventata unica, unica per dotazione di serie, unica per il prezzo, unica perché unica. DR5.0 unica. Tua a soli €19.000,00 full optional di serie anche termo-hybrid benzina e GPL" (sottolineatura aggiunta)<sup>16</sup>. Il video promozionale, a ben vedere, omette di rappresentare che, a partire dal 2010, le autovetture a marchio DR non vengono più prodotte/assemblate dal Professionista in Italia ma sono importate dalla Cina, lasciando, invece, intendere chiaramente - per come il video è ideato e strutturato, nonché per la combinazione di immagini e testi letti dalla voce fuori campo - una continuità nella produzione della vettura DR5 presso il sito molisano, fino ai giorni d'oggi e alla versione attuale della DR5 UNICA.

**36.** La campagna di *marketing* appena descritta ha indotto parte della stampa, nel comunicare la riduzione dei prezzi dei veicoli, a ritenere che “*DR Automobiles [...] è riuscita a coniugare le piattaforme cinesi con il fascino di un prodotto italiano. Oggi le vetture sono assemblate nello stabilimento molisano, che dà lavoro a circa 400 persone*”<sup>17</sup> ottenendo così il risultato di accreditare la tesi che le vetture in questione vengono effettivamente prodotte/assemblate presso il sito di Macchia d’Isernia.

**37.** Da ultimo, la centralità del collegamento al territorio italiano nella narrativa pubblicitaria di DR risulta, altresì, rinvenibile dal video estratto dal canale *Youtube* e relativo agli *highlights* della partita di calcio del campionato di Serie A, Lecce-Roma disputata il 1° aprile 2024<sup>18</sup>. In particolare, è agevole osservare come il *claim* “*DR una storia italiana*”, accompagnato dal tricolore italiano, sia stato ampiamente diffuso in maniera enfatica sui pannelli pubblicitari presenti a bordo campo e recanti la c.d. pubblicità perimetrale (cfr. figura n. 12).

---

<sup>16</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 13 marzo 2024.

<sup>17</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 18 marzo 2024 recante l'articolo pubblicato sul Corriere della Sera in data 16 marzo 2024 dal titolo “*DR Automobiles, operazione per i clienti. Taglia i prezzi di listino dei suoi modelli*”.

<sup>18</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 4 aprile 2024 “*Video estratto da youtube e lo screenshot highlights Lecce-Roma 1# aprile 2024*”.

Figura n. 12 - highlights della partita di calcio del campionato di serie A Lecce-Roma disputata il 1° aprile 2024. La stessa pubblicità è stata visibile in altre partite del Campionato di calcio di Serie A stagione 2023/2024, disputate dal Lecce club sponsorizzato da DR Automobiles.



38. Alle modalità di promozione basate sull'italianità, devono certamente aggiungersi gli espliciti riferimenti all'origine italiana operati da DR sia attraverso l'uso del tricolore che accompagna i marchi DR ed EVO (cfr. figura n. 13), sia attraverso l'utilizzo di *claim* quali "una storia italiana" ripresi anche tramite la pagina delle ricerche di Google (cfr. figura n. 14). Inoltre, riferimenti espliciti all'origine italiana delle autovetture DR ed EVO sono stati rilevati nei messaggi promozionali veicolati a mezzo stampa (cfr. figura n. 15), attraverso tabelloni pubblicitari stradali (cfr. figura n. 16), nonché attraverso la rete di concessionari (cfr. figura n. 17).

Figura n. 13 – Loghi DR e EVO con tricolore rinvenibili sui relativi siti internet



Figura n. 14 – sito e Logo DR Automobiles con il claim “una storia italiana”

 DR Automobiles  
<https://www.drautomobiles.com>

**DR Automobiles – Una storia italiana**  
 DR 4.0 family suv · DR 5.0 urban suv · DR 5.0 MT · DR 5.0 CVT · DR 6.0 voyager suv · DR 6.0 MT  
 · DR 6.0 CVT · DR 7.0 wide suv · DR FK 8 Cool Wuv · DR 1.0 eV ...

**DR**  
**Automobiles**  
 Azienda automobilistica



una storia italiana

Figura n. 15 – Estratto “Cronaca di Roma” de “Il Messaggero” del 25.09.2023



56

**6.0** Voyager SUV  
 amore a prima vista.

full optional di serie  
 in pronta consegna  
 5 anni di garanzia  
 anche GPL

€ 29.900

THERMOHYBRID

VIENI A SCOPRIRLA PRESSO LA CONCESSIONARIA UFFICIALE DI ZONA

**dr** Concessionaria Fiori  
 Vendita - Via Casella 1134, Roma - Tel. 06 32893 - concessionariafiori.it  
 Vendita Usato e Assistenza - Via delle Maglianelle 25, Roma

Figura n. 16 – Tabellone pubblicitario DR con tricolore in Roma al Piazzale della Radio



Figura n. 17 – Sede concessionario DR Star - Roma



**39.** Il richiamo all’origine italiana, infine, veniva ripreso dal Professionista attraverso le indicazioni contenute sul proprio sito *internet*. In particolare, nella pagina denominata “*DR automobiles*”<sup>19</sup> veniva espressamente indicato che DR è un “gruppo automobilistico italiano che nel 2006 ha debuttato tra i costruttori di automobili, oggi è impegnato nella realizzazione di un piano industriale e commerciale di grande portata e ampio respiro” (cfr. figura n. 18). Tale criticità non risulta venuta meno con riferimento ai siti gestiti dal Professionista<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Cfr. <https://www.drautomobiles.com/azienda/>.

<sup>20</sup> Cfr. <https://drautomobiles.com/>, <https://www.auto-evo.com/> e <https://drautomobilesgrupe.com/>.

Figura n. 18 – Descrizione attività DR rinvenibile al link <https://www.drautomobiles.com/azienda/>

DR Automobiles Groupe, gruppo automobilistico italiano che nel 2006 ha debuttato tra i costruttori di automobili, oggi è impegnato nella realizzazione di un piano industriale e commerciale di grande portata e ampio respiro.

A marzo 2020 DR Automobiles ha lanciato la DR 5.0, il nuovo SUV che ha inaugurato una nuova era per il brand italiano improntata su nuove linee guida: ricercatezza, stile, qualità e tecnologia.

Alla DR 5.0 ha fatto seguito la DR F35 e, a Novembre 2021, la DR 5.0 ha lasciato spazio alla DR 4.E, stessa vettura con un frontale rivisitato.

A Febbraio 2022 entra in gamma la New DR 5.0 e a Giugno entra a far parte della famiglia DR quella che sarà l'ammiraglia della casa, la DR 5.E.

A Gennaio 2023 c'è il lancio della DR 3.E, restyling del coupé SUV DR3.

A Febbraio 2022 entra in gamma la New DR 5.0 e a Giugno entra a far parte della famiglia DR quella che sarà l'ammiraglia della casa, la DR 5.E.

La gamma si arricchirà ulteriormente con la futura DR 7.0 e si segnerà un deciso cambio di passo rispetto al passato, frutto di un innalzamento di tutti gli standard: nuovi e più rigidi criteri costruttivi, nuove e più performanti motorizzazioni, nuovi e più avanzati contenuti tecnologici.

A tutto questo si aggiunge scelte stilistiche originali, fatti, che conferiscono ai nuovi SUV una spiccata personalità.

Un nuovo scenario, un'evoluzione importante, frutto di una strategia di crescita complessiva, messa in atto in 15 anni di presenza sul mercato, di costante sviluppo tecnologico, industriale e commerciale del gruppo DR.

Ma se da un lato è nata questa nuova gamma di SUV DR, che si propone di intercettare una specifica domanda di mercato, dall'altro DR Automobiles Groupe ha voluto affrontare una nuova sfida, che ancora una volta ha rivoluzionato decisamente gli schemi: creare dei SUV low price, full optional di serie ma con il miglior rapporto qualità/prezzo.

In un contesto socio-economico inevitabilmente mutato, in cui i veri valori, il rispetto per noi stessi e per tutto quello che ci circonda ispirano nuove linee comportamentali, nuovi lifestyle, la DR Automobiles Groupe ha affiancato al brand DR quello **EVO**.

EVO nasce, dalla lunga esperienza DR in ambito automotive, proprio per incontrare una sempre più diffusa e diversa concezione dell'automobile e più in generale della mobilità, non più ispirata da effimeri status symbol ma da modelli di semplicità, concretezza, praticità, affidabilità.

EVO è dunque la gamma di automobili full optional di serie più avanzata del mercato: EVO 3, EVO CROSS 4 ed EVO 3 Electric.

Da sempre DR Automobiles Groupe è impegnato nella sfida di ridurre i consumi e le emissioni inquinanti. In oltre 15 anni ha sviluppato un'unicatissima tecnologia ibrida grazie alla quale, tutti i modelli a combustione, sia DR che EVO, sono in grado di rispondere alla sempre più crescente esigenza di salvaguardia ambientale.

L'uso di carburanti alternativi come il GPL rappresenta oggi la scelta più pratica, perché basta semplicemente fare rifornimento, conveniente, perché i consumi sono ridotti ed il costo del GPL è molto inferiore rispetto ai tradizionali carburanti, ecosostenibile, grazie a basse emissioni di CO<sub>2</sub>, che esonerano tutti i modelli DR ed EVO dall'ecotassa e dai blocchi alla circolazione, sempre più diffusi nelle nostre città.

## ii) Le origini, l'attività di importazione di vetture dalla Cina e gli interventi di rifinitura e completamento

**40.** La DR Automobiles S.r.l.<sup>21</sup> è stata fondata nel 2006 dall'imprenditore molisano Massimo Di Risio. Lo stesso, nel corso dell'ispezione, ha riferito che, nel periodo dal 2006 al 2010, le vetture DR venivano effettivamente assemblate in Italia con meccanica, ricambi e motori derivati dalla Fiat Multipla. Dal 2009 è iniziata l'importazione di vetture "finite" dalla Cina che tuttavia richiedevano sostanziali interventi nel sito di Macchia d'Isernia, in ragione della minore qualità e sviluppo dell'industria *automotive* cinese dell'epoca. Nel tempo, il problema si sarebbe notevolmente attenuato in virtù della migliore qualità dei veicoli prodotti in Cina, consentendo di ridurre significativamente gli interventi effettuati in territorio italiano<sup>22</sup>.

**41.** Attualmente, il Professionista acquista le autovetture dai produttori cinesi Chery Automobile Co., Ltd. (di seguito, anche "CHERY"), Anhui Jianghuai Automobile Group Corp., Ltd. (di seguito, anche "JAC") e Baic International Development Co. Ltd. (di seguito, anche "BAIC")<sup>23</sup>, le importa in Italia, cura la promozione dei marchi DR ed EVO nel territorio nazionale e - successivamente ad alcuni interventi di rifinitura e completamento

<sup>21</sup> Secondo le evidenze camerali, DR ha un capitale sociale di € 8.000.000, quarantadue dipendenti (40% operai - 60% impiegati) ed un fatturato, per l'anno 2022, pari a circa € 448.000.000,00. Quanto alla struttura societaria, la DR Automobiles S.r.l. - che ha come Presidente del Consiglio di amministrazione la dott.ssa Antonella Tortola - è controllata per il 99% dalla Società Donington S.r.l. e per il restante 1% dal sig. Antonio Marcantuono. A sua volta, la Società Donington S.r.l. - che ha come Amministratrice unica la medesima dott.ssa Antonella Tortola - è controllata per il 99% dalla sig.ra Teresa Bontempo (moglie di Massimo Di Risio) e per il restante 1% dalla sig.ra Serena Maria Di Risio (figlia di Massimo Di Risio).

<sup>22</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023.

<sup>23</sup> Cfr. docc. nn. 2, 6 e 7 del fascicolo ispettivo per quanto concerne i contratti di fornitura delle vetture e dei relativi pezzi di ricambio sottoscritti rispettivamente con BAIC, CHERY e JAC.

effettuati presso il sito industriale di Macchia d’Isernia da altra società - si occupa della distribuzione dei veicoli ai *dealer* nazionali attraverso le società controllate al 100% DR Italia S.r.l. e Evo Italia S.r.l.<sup>24</sup>. L’attività legata ai servizi *post-vendita* è svolta dalla società DR Service & Parts S.r.l. detenuta per il 98% da DR Automobiles S.r.l. e per il restante 2% da una persona fisica<sup>25</sup>.

42. Quanto agli interventi di rifinitura e completamento, è emerso che questi vengono svolti dalla Società DR Motor Company S.r.l. (di seguito, anche “DR Motor”) nell’ambito della quale il dott. Massimo Di Risio ricopre la carica di presidente del Consiglio di Amministrazione. A tale proposito, sebbene la società non risulti formalmente parte del gruppo facente capo a DR Automobiles, entrambe “sono collegate dal punto di vista industriale”<sup>26</sup>.

43. L’importazione dei veicoli contempla l’emissione di una fattura da parte del produttore cinese, ad esempio, Chery per l’autovettura “finita”. A tale proposito, lo stesso Di Risio, in sede ispettiva, ha rappresentato che i dazi all’importazione vengono corrisposti per veicoli “finiti” che, pertanto, devono essere necessariamente marcianti per entrare nel territorio italiano<sup>27</sup>.

44. La documentazione fotografica raccolta con la collaborazione della Guardia di Finanza nel corso dell’accertamento ispettivo presso il sito di Macchia d’Isernia - l’unico posseduto dal gruppo DR Automobiles destinato alla funzione di deposito doganale privato dei veicoli in arrivo<sup>28</sup> - ben rappresenta il processo logistico di importazione di vetture “finite” provenienti dalla Cina. A titolo esemplificativo, appaiono emblematiche le fotografie che raffigurano veicoli all’interno dei *containers* in procinto di essere scaricati dall’autoarticolato che ne ha consentito il trasporto dal porto di arrivo dalla Cina all’area di stoccaggio della DR Automobiles. Dalla documentazione fotografica emerge con chiarezza che l’autovettura, ancora prima di essere scaricata dal container, appare finita e completa in ogni sua parte<sup>29</sup> (cfr. figure nn. 19 e 20).

---

<sup>24</sup> Tali società commerciali provvedono alla distribuzione delle relative autovetture attraverso la rete di concessionari presente sull’intero territorio nazionale. Dalla documentazione acquisita è emerso che la rete di vendita delle autovetture a marchio DR ed EVO comprende, allo stato, 365 concessionari.

<sup>25</sup> Infine, risulta controllata al 100% da DR la società Sportequipe S.r.l. che si occupa della promozione e distribuzione dell’omonimo marchio, non oggetto del presente procedimento.

<sup>26</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023. Circa il ruolo della società DR Motor Company S.r.l., si precisa che i legali rappresentanti della DR e della DR Motors, nel corso dell’accertamento ispettivo, hanno chiesto che venissero acquisite informazioni e documentazione anche relative a quest’ultima “*al fine di garantire una completa e organica comprensione del funzionamento dell’attività di un insieme di società che rappresenta sostanzialmente un unico gruppo industriale*”.

<sup>27</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023.

<sup>28</sup> Cfr. doc. 177 del fascicolo ispettivo.

<sup>29</sup> Cfr. doc. 173 del fascicolo ispettivo.

*Figura 19 – Autovettura completa e in procinto di essere scaricata dall'autoarticolato. (doc. 173 del fascicolo ispettivo)*



*Figura 20 – Autovettura completa e in procinto di essere scaricata dal container che ne ha consentito il trasporto dal porto di provenienza (doc. 178 del fascicolo ispettivo)*



**45.** La circostanza che le vetture arrivino “complete” nel sito di Macchia d’Isernia viene anche attestata da un’altra fotografia acquisita nel corso dell’accertamento ispettivo che ritrae un altro veicolo in una fase immediatamente precedente a quella dello stoccaggio nel piazzale del sito di Macchia d’Isernia dedicato a tale attività da cui emerge con chiarezza che la vettura viene consegnata completa in ogni sua parte, compreso il motore<sup>30</sup> (cfr. figura n. 21).

---

<sup>30</sup> Cfr. doc. 175 del fascicolo ispettivo.

Figura 21 – Autovettura completa e in procinto di essere stoccata presso il piazzale di DR. (doc.175 del fascicolo ispettivo)



**46.** Le immagini fotografiche attestano alcuni veicoli già stoccati presso la citata area doganale, giunti presso il sito di Macchia d’Isernia, completi e dotati della calandra anteriore già predisposta per l’applicazione in rilievo del marchio DR<sup>31</sup> (cfr. figure nn. 22 e 23).

---

<sup>31</sup> Cfr. docc. nn.184 e 189 del fascicolo ispettivo.

Figure 22 e 23 - Autovetture complete e stoccate presso il piazzale di DR. (doc.ti 185 e 188 del fascicolo ispettivo)



**47.** Pertanto, la documentazione fotografica acquisita presso l'area doganale privata della DR attesta in maniera inequivoca che i veicoli provenienti dalla Cina vengono consegnati alla DR Automobiles "completi" e che gli "interventi di rifinitura e completamento" incidono per una quota del tutto marginale e attengono alla mera rifinitura e re-branding di veicoli, già di per sé, "finiti". L'ispezione ha consentito di verificare che presso il sito di Macchia di Isernia non sono presenti strutture ed impianti per la fabbricazione delle autovetture, diversamente da quanto rappresentato nei predetti video promozionali del dicembre 2021 e 2022 (in cui erano presenti immagini della fase iniziale della saldatura delle lamiere) e da quanto fatto intendere ancora nello spot promozionale del marzo 2024 relativo all'autovettura DR5 UNICA.

**48.** Si è anche proceduto all'analisi della documentazione doganale e

contabile emessa in occasione dell'importazione dei veicoli. L'indagine ha preso le mosse dall'esame di uno dei documenti di carico, acquisito nel corso dell'ispezione, emesso dal vettore [omissis]. Il documento in questione reca come soggetto che spedisce le autovetture il produttore cinese Chery Automobile CO. Ltd. e come soggetto a cui essa è destinato DR Automobiles S.r.l. ed ha per oggetto il trasporto di 152 autovetture indicate in maniera analitica grazie ad un *codice univoco* attribuito a ogni singolo veicolo esportato. È stato preso in considerazione, a titolo esemplificativo, il primo veicolo della lista considerato che il relativo modello di autovettura è identico ad altri 72 riportati nella medesima fattura (codice [omissis])<sup>32</sup>.

**49.** Attraverso un'apposita matrice di correlazione (fornita in sede ispettiva)<sup>33</sup>, è stato possibile abbinare il codice in questione all'autovettura Chery [omissis] alla corrispondente autovettura DR [omissis] a cui è riferito.

**50.** Esaminando la fattura emessa dalla società Chery, riferita alla spedizione in questione<sup>34</sup>, è emerso che delle 152 autovetture spedite, 72 risultano essere riferibili al modello [omissis] e che il corrispettivo di acquisto pagato da DR Automobiles per la singola autovettura ammonta a [omissis] CNY (abbreviazione della valuta cinese Yuan)<sup>35</sup> ovvero pari ad €[omissis].

**51.** Come detto, l'autoveicolo in questione spedito “finito” dalla Cina, prima di essere commercializzato, ha subito alcuni interventi di rifinitura e completamento effettuati e fatturati dalla DR Motor Company S.r.l. come emerge dalla documentazione contabile esaminata. In particolare, l'importo complessivo degli interventi effettuati dalla DR Motor Company S.r.l. in Italia sul predetto veicolo importato dalla Cina ammonta ad €[omissis]<sup>36</sup>.

**52.** Pertanto, sulla base della ricostruzione effettuata si rileva che, nel caso di specie, la DR Automobiles ha acquistato dal produttore cinese Chery l'autovettura “finita” presa in esame per l'importo di €[omissis] pari al [80-100%] dei costi totali sostenuti per essa dalla società, ed ha corrisposto alla DR Motor Company S.r.l. la somma di €[omissis] pari al [0-20%] per i c.d. interventi di rifinitura e completamento (al riguardo si vedano anche le numerose schede di lavorazione acquisite nel corso dell'accertamento ispettivo<sup>37</sup>). Tale circostanza conferma quanto dichiarato a verbale dal dott. Di Risio circa l'arrivo dalla Cina di veicoli completi.

**53.** Come dianzi indicato, dall'attività ispettiva è emerso che a Macchia d'Isernia, unico sito “produttivo” DR, non esiste alcuna “catena di

---

<sup>32</sup> Cfr. doc.110 del fascicolo ispettivo.

<sup>33</sup> Cfr. doc.109 del fascicolo ispettivo.

<sup>34</sup> Cfr. doc.111 del fascicolo ispettivo.

<sup>35</sup> 1 CNY (Yuan) corrisponde a €0,13.

<sup>36</sup> Cfr. doc.113 del fascicolo ispettivo.

<sup>37</sup> Cfr. allegato al verbale di operazioni ispettive compite dalla Guardia di Finanza.

*montaggio*” destinata alla fabbricazione e/o all’assemblaggio completo delle autovetture a marchio DR o EVO. Tale evidenza conferma quanto dichiarato nel corso dell’attività ispettiva dallo stesso dott. Di Risio in ordine al fatto che le autovetture arrivano in Italia dalla Cina *‘finite’*, salvo interventi di *“assemblaggio finale variabile”* a seconda dei modelli. Nello specifico, il dott. Di Risio, nel corso dell’ispezione, ha affermato che le principali lavorazioni effettuate nel sito di Macchia d’Isernia, consistono nella: (i) sostituzione della calandra frontale (per alcuni modelli le calandre arrivano già montate nelle vetture che provengono dalla Cina, pur essendo di *design* DR o EVO); (ii) sostituzione dell’*airbag* nel volante; (iii) apposizione del numero di serie; (iv) montaggio dell’impianto GPL, per le sole autovetture che arrivano con alimentazione a benzina (il dott. Di Risio ha affermato che circa il 95% delle auto a benzina importate sono allestite aggiungendo l’impianto di alimentazione a gas GPL)<sup>38</sup>. Tali *“interventi di rifinitura e completamento”* vengono effettuati dalla DR Motors che quindi, al pari della Chery, emette, come rappresentato, una fattura relativa a tali operazioni su un veicolo già fatturato come completo dal fornitore cinese.

**54.** Nello specifico, l’attività più ricorrente che viene svolta su alcuni modelli dei veicoli provenienti dalla Cina consiste nella sostituzione della calandra anteriore recante il marchio della società Chery con una calandra recante il marchio DR<sup>39</sup>; altri modelli, come attestato dalla documentazione fotografica, arrivano già con la calandra con la predisposizione dell’alloggiamento del marchio DR, che viene apposto a Macchia d’Isernia. Altra attività di rifinitura e completamento che viene svolta presso il sito di Macchia d’Isernia si sostanzia nella sostituzione dell’*airbag* contenuto nella parte centrale del volante e della sua copertura a marchio Chery con analoghi accessori recanti il marchio DR<sup>40</sup>. Tra le attività di completamento evidenziate dal dott. Di Risio rientra anche la stampigliatura del numero di telaio del veicolo propedeutica all’immatricolazione dello stesso<sup>41</sup>. Infine, la più rilevante attività effettuata presso il sito molisano è risultata essere quella relativa al montaggio dell’impianto GPL per le sole auto a benzina<sup>42</sup>.

**55.** Dunque, le verifiche effettuate, attestate anche dalla documentazione fotografica e confermate da quella contabile, acquisita nel corso dell’accertamento ispettivo consentono di determinare che, contrariamente a quanto rappresentato nei messaggi pubblicitari utilizzati (vedi *supra*), le autovetture a marchio DR ed EVO giungono presso lo stabilimento di

---

<sup>38</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023.

<sup>39</sup> Cfr. docc. nn. 161, 165 e 173 del fascicolo ispettivo.

<sup>40</sup> Cfr. docc. nn. 132, 144 del fascicolo ispettivo.

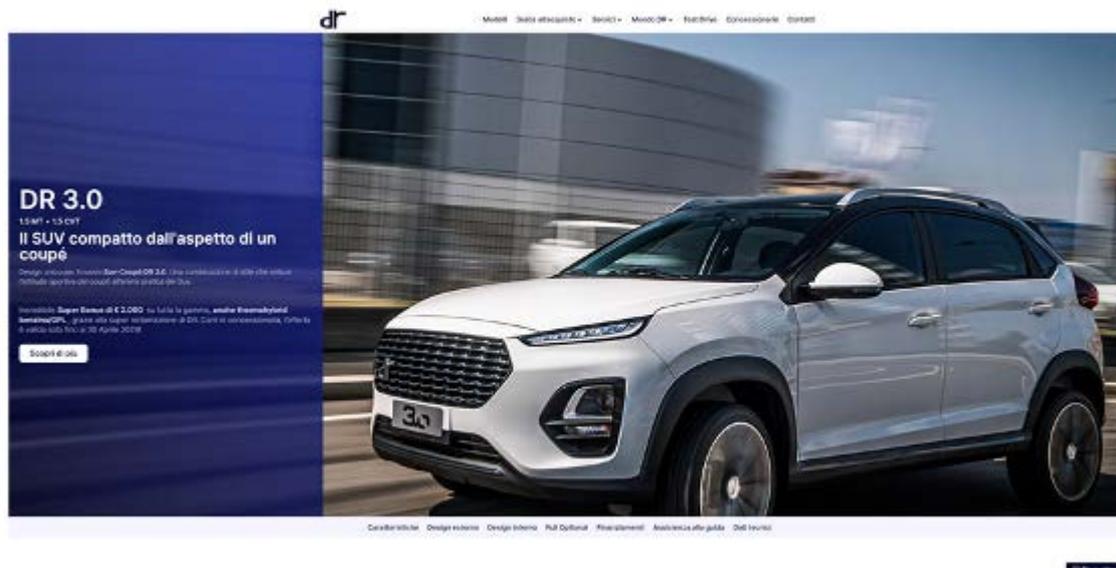
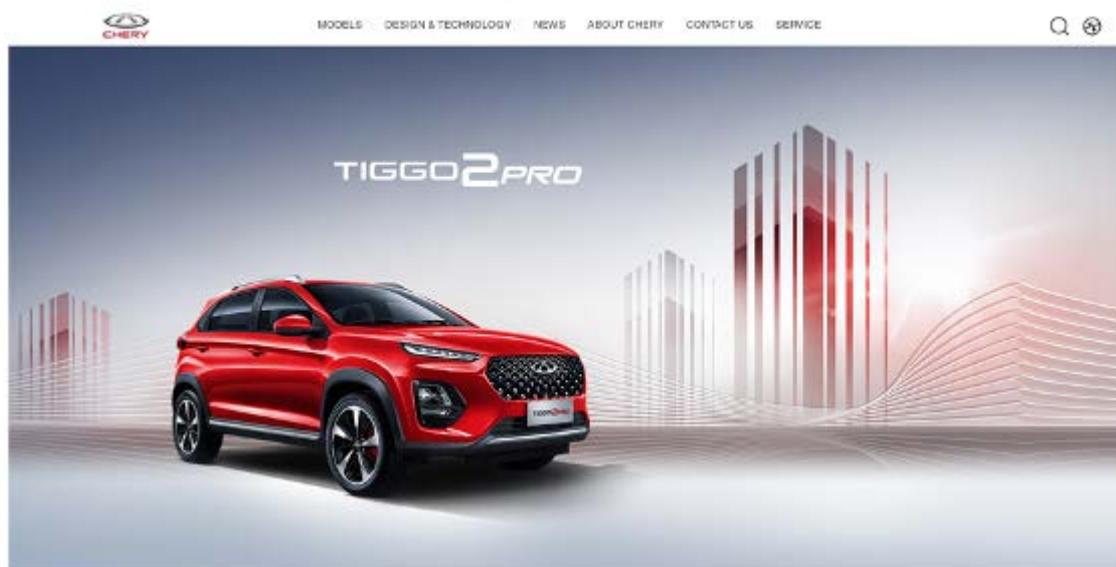
<sup>41</sup> Cfr. doc. 172 del fascicolo ispettivo.

<sup>42</sup> Cfr. doc.ti 141 e 152 del fascicolo ispettivo.

Macchia d’Isernia “finite” e vengono sottoposte a meri interventi di “rifinitura e completamento”<sup>43</sup>.

56. Navigando sui siti *internet* ufficiali di DR e della società costruttrice delle autovetture (ad esempio Chery)<sup>44</sup> emerge la sostanziale identità dei modelli commercializzati dalle due società. Si riportano, tra le molte, le immagini di confronto delle autovetture (cfr. figure nn. 24 e 25).

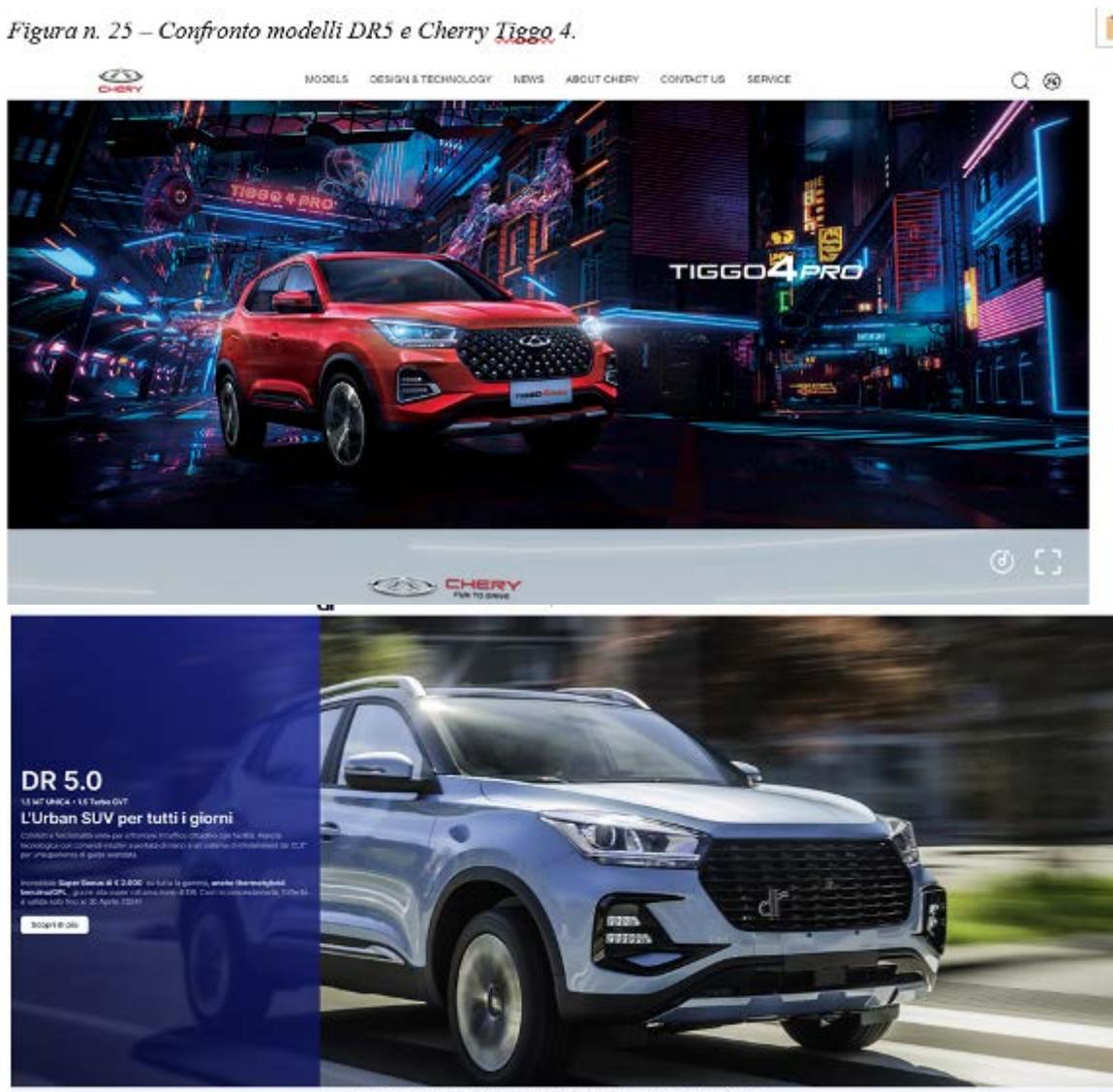
Figura n. 24 – Confronto modelli DR3 e Chery Tiggo 2.



<sup>43</sup> A tale proposito si segnala che circa gli interventi di completamento, Massimo Di Risio ha dichiarato a verbale che il modello sul quale vengono effettuati gli interventi più significativi è l'autovettura denominata DR7 rispetto alla quale le lavorazioni effettuate in Italia riguardano circa il 30% del veicolo.

<sup>44</sup> Cfr. <https://www.cheryinternational.com/>.

Figura n. 25 – Confronto modelli DR5 e Cherry Tiggo 4.



## **Pratica B) - Non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e mancata assistenza post-vendita**

*i) l'approvvigionamento dei pezzi di ricambio e mancata assistenza post-vendita*

**57.** In riferimento al non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e alla mancata assistenza post-vendita, la documentazione acquisita agli atti oltre alle informazioni reperite nell'ambito dell'attività ispettiva svolta attraverso interlocuzioni dirette con il responsabile del servizio *post-vendita* di DR S&P, ing. [omissis], (che ha iniziato a ricoprire detto incarico dal mese di dicembre 2022) e alle verifiche sulle comunicazioni elettroniche da esso ricevute e inviate, ha permesso di acquisire elementi rilevanti in ordine allo svolgimento dell'attività di assistenza *post-vendita*, alla formazione tecnica della rete dei concessionari e/o officine e all'effettivo approvvigionamento e disponibilità di pezzi di ricambio da parte delle società DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l..

**58.** In particolare, nel corso dell'attività ispettiva sono state acquisite numerose lamentele, inviate direttamente dalle officine autorizzate facenti parte della rete di assistenza del Professionista, con riferimento sia alla insostenibile mancanza e/o al gravissimo ritardo nella consegna dei pezzi di ricambio richiesti per far fronte alle esigenze dei consumatori di assistenza - in garanzia e non - delle relative autovetture, sia alla carenza di formazione tecnica.

**59.** A titolo esemplificativo, il rivenditore [omissis], in data 18 aprile 2023 comunicava via *e-mail* al Professionista l'estrema, oltre che reiterata gravità della situazione relativa all'approvvigionamento dei pezzi di ricambio (prendendo spunto da un ordine per un guasto in garanzia datato 5 settembre 2022) e conseguente impossibilità di dare seguito alla richieste di assistenza dei consumatori, anche in considerazione della totale mancanza di formazione tecnica per rendere detta assistenza: *“mi rincresce dover periodicamente porre la vostra attenzione sulla questione ricambi e Service ma la preoccupazione ha ormai superato di gran lunga la speranza e la pazienza. Ormai penso conosciate [omissis] e come lavoriamo, sempre a disposizione del cliente con l'obiettivo di soddisfarlo facendo crescere l'apprezzamento nei confronti di DR/EVO e di[omissis] stessa, ma quando, dal reparto commerciale riscontriamo il lancio continuo di nuovi prodotti, senza il supporto adeguato da parte del Service, non possiamo far altro che lanciare un ulteriore allarme, in quanto la crescita del Postvendita non va a pari passo con quella commerciale. Ad oggi, **in quasi 6 anni che siamo***

Concessionari, non abbiamo ricevuto alcun tipo di formazione tecnica sui veicoli che commercializziamo e che ripariamo, né su motori, né su trasmissioni, né su impianti Gpl, il nulla assoluto! Solo la disponibilità e buona volontà di qualche vostro Tecnico. Giornalmente il nostro magazzino ricambi e l'officina devono gestire le lamentele continue di clienti in attesa di ricambi non disponibili o risposte a problematiche tecniche irrisolte. È in gioco la nostra e la vostra reputazione. Il caso che porto alla luce oggi è uno tra gli innumerevoli, un sensore abs ordinato più di 7 mesi fa, che stiamo continuando a smontare da un'autovettura all'altra per poter rendere marciante quella a cui nel frattempo l'abbiamo cannibalizzato, a cui scade la franchigia di 70 gg e che dobbiamo obbligatoriamente pagare e mandare in targa per evitare di pagare interessi passivi, lasciandone ovviamente ferma un'altra, e di casi come questi potrei elencarne fino allo sfinimento, basta che diate un'occhiata al numero di garanzie aperte per mancanza ricambi. Questa è un'operazione che dovrete fare voi, smontarlo da un'auto e fornirlo non scaricare quest'onere sul concessionario che deve fermare un'auto da 30 mila euro perché da 7 mesi non riuscite a fornire il ricambio, per poi sentirci anche "rimproverare" che abbiamo in casa auto assegnate con OCF che non targhiamo! Provvedete e assumetevne la responsabilità, investite nel disassemblare le auto, numerosi disponibili a magazzino, prelevate i ricambi necessari a dare il servizio che il cliente e il concessionario meritano. E ribadisco che questo è **un caso tra innumerevoli!**"<sup>45</sup>. Nella e-mail di risposta del 19 aprile 2023, il responsabile post-vendita di DR S&P S.r.l. ing. [omissis], comunicava di aver "letto attentamente la sua e-mail, i cui argomenti possono essere in termini generali condivisibili" e che "il piano d'azione [...] che stiamo già implementando [...] porterà il servizio offerto ai clienti del gruppo DR al livello adeguato ai marchi che vendiamo", precisando, altresì, che "il supporto tecnico è passato da 3 a 5 persone" e che "stiamo creando un portafogli di offerta di formazione tecnica [...] che sarà disponibile dopo l'estate"<sup>46</sup>.

**60.** La problematica dell'assistenza post-vendita e, in particolare, della disponibilità dei pezzi di ricambio, oltre che della carenza di formazione tecnica della rete di officine autorizzate, è stata oggetto di una segnalazione anche da parte del concessionario [omissis] il quale in una comunicazione del 26 giugno 2023, esprimeva "profonda preoccupazione riguardo ai problemi riscontrati con il vostro reparto gestione garanzie e assistenza tecnica. Come voi saprete, uno dei pilastri fondamentali per il successo di un marchio automobilistico è la qualità del servizio post-vendita offerto ai clienti.

<sup>45</sup> Cfr. doc. 330 del fascicolo ispettivo.

<sup>46</sup> Cfr. doc. 330 del fascicolo ispettivo.

*Purtroppo, negli ultimi tempi, abbiamo riscontrato diverse problematiche che hanno causato un impatto negativo sulla reputazione della nostra concessionaria e sulla soddisfazione dei clienti. In primo luogo, desidero sottolineare la mancanza di comunicazione efficace tra il vostro reparto assistenza e noi come concessionaria. Ci capita spesso di dover insistere giorni e giorni per poter ottenere informazioni sugli interventi di assistenza in corso o sulla disponibilità dei ricambi. Questa mancanza di tempestività nelle comunicazioni comporta una cattiva gestione delle aspettative dei nostri clienti e crea un clima di incertezza e delusione. Sono da segnalare in secondo luogo, i frequenti ritardi nella consegna dei ricambi necessari per effettuare le riparazioni, il che ha comportato un aumento dei tempi di fermo delle vetture e ha causato disagi significativi. Questa situazione, compromette la nostra capacità di garantire un servizio efficiente e tempestivo che a nostro avviso, rischia di portare ad un decremento della fiducia nei confronti del marchio*". Nello stesso documento, inoltre, il concessionario lamenta "l'assenza di una figura di ispettore tecnico che periodicamente visiti la rete per poter valutare insieme il da farsi a fronte di problematiche che continuiamo a riscontrare sulle vetture e alle quali non riusciamo a dare una risoluzione, nonostante l'applicazione delle procedure di volta in volta da voi indicateci. Ciò porta ad un'ulteriore insoddisfazione da parte dei clienti, che si sarebbero aspettati un servizio professionale e competente"<sup>47</sup>. In risposta a questa segnalazione, il citato responsabile post-vendita di DR S&P S.r.l., in una e-mail del 27 giugno 2023, indicava che: (i) "Per ciò che riguarda l'assistenza tecnica, ci sono dei ritardi di risposta dovuti ad un incremento di attività importante, a cui porremo rimedio velocemente con l'aumento di organico: a metà luglio ci sarà l'ingresso di un nuovo ingegnere e per l'inizio di agosto ce ne dovrebbe essere un altro. Relativamente alla figura che voi chiamate "ispettore tecnico", in autunno verrà creata la squadra di ispettori postvendita, ma non tecnici"; (ii) "La valutazione di problematiche tecniche riscontrate in rete continuerà ad essere fatta in remoto, con sporadici interventi fisici sul territorio solo ed esclusivamente in casi eccezionali. La via che useremo per velocizzare la soluzione delle problematiche tecniche è la creazione, in autunno, di un portafoglio training, così da fornire a tutta la rete la possibilità di procedere con la diagnosi e riparazione senza ricorrere al supporto tecnico, se non in casi realmente eccezionali: ciò comporterà la definitiva velocizzazione del lavoro in officina. Questa strategia renderà molto più autonoma la rete nella soluzione dei problemi"<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> Cfr. doc. 340 del fascicolo ispettivo.

<sup>48</sup> Cfr. doc. 340 del fascicolo ispettivo.

**61.** Sulla problematica della mancanza e/o inadeguata formazione tecnica della rete di officine/concessionari autorizzati, il responsabile post-vendita di DR S&P S.r.l., in due comunicazioni indirizzate al medesimo referente di una officina autorizzata ([omissis]) sita in Sicilia, ha evidenziato, in data 7 agosto 2023, che: *“in settimana firmiamo il contratto per sviluppare il training e quindi da fine ottobre saremo in grado di costruire una base di conoscenze tecniche direttamente in rete, così da ridurre la pressione sul gruppo del supporto tecnico. Il bicchiere è essere mezzo [sic], vediamo di riempirlo anche di più [...]”*<sup>49</sup>; successivamente, in data 7 settembre 2023, il medesimo responsabile scriveva, tra l’altro, che: *“siamo estremamente oberati di lavoro, perciò non abbiamo il tempo di elencare le innumerevoli volte in cui il Supporto Tecnico viene contattato con richieste a dir poco stupide (“come si setta l’orologio della vettura?”) o con richieste di informazioni presenti nella manualistica tecnica, oppure quando ci sono ritardi nell’effettuare le operazioni da noi richieste (varie lettere legali scaturiscono dalla mancata ottemperanza del concessionario nell’effettuare le diagnosi, oppure le prove, oppure gli ordini dei ricambi). Il tutto per dire che la verità sta sempre nel mezzo. L’attività di training che partirà nei prossimi mesi servirà a ridurre tali richieste e a velocizzare l’interlocuzione con i nostri ingegneri”*<sup>50</sup>.

**62.** Sono pervenute diverse segnalazioni da parte di consumatori che hanno lamentato criticità, oltre che nella disponibilità di pezzi di ricambio, anche nella formazione tecnica delle officine autorizzate. In particolare, in una segnalazione del 20 ottobre 2023, un consumatore ha rilevato la *“inadeguatezza del servizio che offre DR come assistenza, danno risposte vaghe come se non conoscessero le loro autovetture”*<sup>51</sup>; un altro consumatore, in data 4 dicembre 2023, ha segnalato: *“mi è stato messo per iscritto che loro non erano in condizione di poter rimediare all’inconveniente e che erano sempre in attesa che la casa madre fornisse istruzioni”*<sup>52</sup>; in tal senso, rileva anche il reclamo di un consumatore attraverso l’associazione Altroconsumo<sup>53</sup> e più di recente la richiesta di intervento di un altro consumatore<sup>54</sup>.

**63.** In una e-mail del 26 settembre 2023 del concessionario [omissis] sulle attività post-vendita trasmessa al Professionista venivano manifestate gravi

---

<sup>49</sup> Cfr. doc. 344 del fascicolo ispettivo.

<sup>50</sup> Cfr. doc. 342 del fascicolo ispettivo.

<sup>51</sup> Cfr. prot. n. 83805/2023.

<sup>52</sup> Cfr. prot. n. 100513/2023.

<sup>53</sup> Cfr. Allegato alla segnalazione di Altroconsumo prot. 16793/2024 (29 gennaio 2024). La segnalante rappresentava di aver acquistato una autovettura EVO 3 GPL che presentava anomalie di funzionamento all’impianto GPL, lamentando che *“i meccanici non riescono a capire”* quale sia l’effettivo problema.

<sup>54</sup> Cfr. segnalazione prot. 22141 (14 febbraio 2024). Il segnalante stigmatizzava la circostanza che il concessionario DR non era in grado di fornire un adeguato servizio post-vendita, essendo in attesa di ricevere dai Professionisti *“protocolli di riparazione”* indispensabili per effettuare urgenti interventi sull’autovettura acquistata.

carenze sul piano sia dell'assistenza tecnica fornita ai concessionari, sia della fornitura dei pezzi di ricambio: il citato *report* indicava “*una serie di criticità riscontrate nel post-vendita che compromettono sia la gestione con il cliente finale che l'immagine del marchio DR e della nostra azienda. L'importanza di tale e-mail è mirata a migliorare la gestione del cliente affinché non si ripetano in futuro tali casistiche, cercando di lavorare nel migliore dei modi con la massima efficienza da entrambe le parti. La problematica maggiore che riscontriamo è quella di una tardiva risposta e tal volta perfino del tutto assente, da parte del reparto tecnico preposto, da non sottovalutare inoltre la mancanza di ricambi oltre ai ritardi legati all'inefficienza dei vostri gestionali o portale unico (garanzia e ordine ricambi). Siamo a conoscenza di una Vs riorganizzazione dei reparti sopra citati, richiediamo però un Vs più efficiente supporto in ottica di una crescita importante in termini numerici di ingressi e di vendita che la nostra azienda può offrire sul territorio Toscano. [...] A questi esempi appena elencati, si devono aggiungere le discrepanze tra le tempistiche date per gli interventi in garanzia e il reale tempo da noi impiegato per la riparazione finale, per non parlare della tariffa di rimborso in garanzia di gran lunga inferiore al nostro costo orario (da non intendersi alla tariffa oraria verso il cliente)”<sup>55</sup>.*

**64.** La grave problematica della mancanza dei pezzi di ricambio (anche “*basilari*”) e dei gravi ritardi (anche di oltre un anno) nella loro fornitura, analogamente a quanto avviene per le autovetture a marchio DR, riguarda anche le autovetture a marchio EVO come segnalato da [omissis] la quale in una comunicazione del 12 luglio 2023 al responsabile post-vendita di DR, ha evidenziato: “*Ho provato più volte a contattarla telefonicamente e tramite mail ma non ho ricevuto nessun riscontro. Avrei voluto presentarmi e spiegarle almeno verbalmente le nostre difficoltà per ricambi mancanti. Di seguito una lista di materiali mai arrivati che sono in ordine da ormai troppo tempo. Ci sono ordini addirittura di novembre 2022! Capiamo perfettamente il periodo e siamo perfettamente a conoscenza della mancanza di alcuni componenti specifici, ma non riuscire ad avere filtri, pastiglie e altri materiali di alta movimentazione è per noi impensabile. La situazione per noi sta diventando ingestibile. Non abbiamo i filtri olio dell'Evo Cross!!! Abbiamo clienti che quotidianamente entrano nel nostro service esasperati. Stiamo subendo ogni sorta di lamentele. Non sappiamo più cosa fare e come motivare questi ritardi. Ho parlato telefonicamente circa 1 mese fa con il reparto ricambi in presenza del nostro responsabile del magazzino e ci rassicurarono sull'immediato arrivo della merce. A oggi tutto come prima”<sup>56</sup>*

<sup>55</sup> Cfr. doc. 334 del fascicolo ispettivo.

<sup>56</sup> Cfr. doc. 338 del fascicolo ispettivo.

o, ancora, “*che la vettura in oggetto il 07.03.2022 veniva coinvolta in un incidente. Pochi giorni dopo veniva richiesto ordine pezzi ricambio, che però sono arrivati dopo più di un anno*”<sup>57</sup>.

**65.** Diverse altre sono le segnalazioni del medesimo tenore da parte di altri concessionari ufficiali dei marchi DR ed EVO presenti sull’intero territorio nazionale<sup>58</sup>.

**66.** Quanto al numero di ordini di pezzi di ricambio ricevuti, i *report* forniti dal Professionista indicano un totale di [23.000-28.000] ordini per l’anno 2021, [35.000-40.000] per l’anno 2022 e [50.000-70.000] per l’anno 2023<sup>59</sup>.

**67.** Mentre, quanto alle problematiche occorse sui tempi di evasione delle richieste di assistenza sui pezzi di ricambio, la tabella che segue, elaborata sulla base dei dati forniti da DR Automobiles in risposta alla richiesta di informazioni<sup>60</sup>, evidenzia una significativa entità dei ritardi nell’approvvigionamento dei pezzi di ricambio, anche di svariati mesi se non anni, crescente al crescere del parco auto venduto e circolante rispetto al quale i Professionisti non hanno provveduto a costituire un adeguato magazzino né a dettare procedure di fornitura idonee a far fronte alle sempre più numerose richieste di pezzi di ricambio da parte delle officine autorizzate e non.

---

<sup>57</sup> Cfr. doc. 339 del fascicolo ispettivo.

<sup>58</sup> Cfr. doc.ti 343 e 347 del fascicolo ispettivo.

<sup>59</sup> Cfr. prot. n. 91139/2023, allegato g).

<sup>60</sup> Cfr. *ibidem*.

**Tabella n. 1**

Tempo di evasione richiesta ricambi (in giorni)	ANNO 2021	ANNO 2022	ANNO 2023
<b>non classificato</b>	[0-500]	[0-200]	[0-500]
<b>0</b>	[7.000-10.000]	[2.000-5.000]	[10.000-15.000]
<b>1-30</b>	[8.000-11.000]	[1.000-3.000]	[20.000-25.000]
<b>31-60</b>	[1.000-3.000]	[1.000-3.000]	[2.000-6.000]
<b>61-100</b>	[0-1.500]	[1.000-3.000]	[2.000-5.000]
<b>101-200</b>	[0-1.500]	[2.000-4.000]	[2.000-4.000]
<b>201-300</b>	[0-300]	[0-1.500]	[0-500]
<b>301-400</b>	[0-100]	[0-500]	[0-50]
<b>401-500</b>	[0-100]	[0-300]	
<b>501-750</b>	[0-100]	[0-100]	
<b>senza consegna</b>	[1.000-3.000]	[2.000-5.000]	[10.000-15.000]
<b>Totale</b>	[23.000-28.000]	[35.000-40.000]	[50.000-70.000]

**68.** Considerando come tardive le consegne oltre i sessanta giorni<sup>61</sup>, la loro incidenza sul totale (al netto dei casi “non classificati”) è crescente e pari al **12,44% nel 2021**, al **27,13% nel 2022** e al **40,11% nel 2023**. Più nello specifico, gli ordini risultati in completa assenza di consegna presentano un’incidenza sul totale degli ordini di pezzi di ricambi sempre crescente nella misura del 5,84% nel 2021, del 9,52% nel 2022 e del 22,27% nel 2023.

**69.** Quanto al rapporto tra il numero di ordini per riparazioni in garanzia ricevuti ed evasi nei primi dieci mesi del 2023, a fronte di 23.384 ordini ricevuti, le spedizioni sono state 13.929<sup>62</sup>.

**70.** Sul punto, in sede ispettiva, il responsabile dell’assistenza post-vendita della società DR Service and Parts S.r.l. ha emblematicamente dichiarato a verbale che “*non esiste ancora un sistema di lavorazione e monitoraggio dei pezzi di ricambio per l’assistenza post-vendita*”<sup>63</sup>.

**71.** Sulla problematica dei pezzi di ricambio, in termini di gravità ed attualità, si segnala anche un comunicato stampa del 18 gennaio 2024, dell’Associazione Altroconsumo, parte del presente procedimento. In particolare, in esso vengono riportati alcuni dei numerosi reclami presentati dai consumatori attraverso il *link* attivato dall’Associazione Altroconsumo, tra

<sup>61</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023 (p. 4 2° capoverso). Tale parametro viene fissato sulla base di quanto dichiarato dal responsabile post-vendita in sede ispettiva.

<sup>62</sup> Cfr. doc. 346 del fascicolo ispettivo.

<sup>63</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023.

cui, a titolo esemplificativo: *“ho acquistato un’auto DR - DR4 tramite la rete rivenditori ufficiale. A gennaio 2023 la ventola dell’abitacolo si è guastata e mi sono rivolta al mio meccanico di fiducia, che ha ordinato tramite il rivenditore ufficiale il ricambio necessario in data 08/02/2023. Dopo numerosi solleciti telefonici ed e-mail, effettuati direttamente a DR automobiles, ad oggi (ndr ottobre 2023) ancora il ricambio non è stato fornito, non viene indicata una tempistica di consegna e non viene fornita un’eventuale alternativa acquistabile sul mercato per ripristinare il regolare funzionamento della ventola”*; *“malgrado vi abbia contattato più volte, i pezzi di ricambio per la mia DR6 con codice ordini [...] (ndr seguono i numeri di codice) non sono ancora arrivati dopo più di 5 mesi di attesa e le vostre risposte sono sempre state scarse e imprecise”*; *“a ottobre ho avuto un incidente con la mia vettura e il mio carrozziere di fiducia ha riscontrato enormi difficoltà a reperire i pezzi di ricambio, nonostante in sede d’acquisto mi sia stato garantito che la reperibilità di tali non sarebbe stata nell’eventualità un problema perché interamente prodotta in Italia. Nello specifico [fornitori e rivenditori ufficiali, ndr] avrebbero risposto che la DR si sarebbe presa da 1 a 5 mesi per farli avere. A ora sono passati 7 mesi e di tali pezzi non si hanno addirittura notizie”*; *“con la presente formulo reclamo formale nei confronti della DR Automobiles srl in quanto, nonostante tutte le pubblicità sulle nuove versioni delle loro autovetture, su quelle datate non sono reperibili pezzi di ricambio in sostituzione. Devo sostituire il serbatoio della benzina, in quanto presenta parecchie anomalie ma, tutte le Concessionarie, con il Reparto Ricambi ed Officina Autorizzata di [...] (ndr segue la città) e nelle altre province della Regione [...] [ndr segue la regione], non sono in grado di fornire tale ricambio. Anche in caso di richiesta alla Casa Madre, non possono quantificare il tempo che necessita per ottenere il ricambio richiesto. Il fermo auto è iniziato il 08/09 c.a. e al momento l’auto è ferma in attesa di risposte dai vari negozi di ricambi auto”<sup>64</sup>.*

**72.** Analogamente, tali criticità sono, altresì, rinvenibili nell’allegato all’istanza di partecipazione al procedimento, presentata dall’Associazione Altroconsumo, che reca segnalazioni di consumatori riguardanti la ritardata fornitura dei pezzi di ricambio, con il contestuale ritardo nella riparazione dell’autovettura oggetto di assistenza<sup>65</sup>.

**73.** La presenza di elementi di criticità legati alla fase *post-vendita* relativa alla fornitura dei pezzi di ricambio è confermata dai numerosi reclami, acquisiti in sede ispettiva, rivolti direttamente al Professionista dai

---

<sup>64</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 12 marzo 2024. Al riguardo si veda anche la segnalazione di Altroconsumo prot. 30091 del 12/03/2024 recante ulteriori recenti segnalazioni.

<sup>65</sup> Cfr. prot. n. 88481/2023, allegato n. 1.

consumatori per segnalare malfunzionamenti e disservizi anche riferiti ad autovetture appena acquistate. A tale proposito, per quanto concerne la fornitura di pezzi di ricambio, appare significativa la segnalazione di un consumatore che, ricordando di essere proprietario da circa sei mesi di una vettura Evo 3, si troverebbe nella condizione di dover attendere la sostituzione della centralina GPL. Lo stesso chiede che la consegna venga effettuata con urgenza dal momento che tale disservizio lo costringerebbe ad utilizzare la benzina come carburante vanificando così il suo intento di risparmiare attraverso l'utilizzo del GPL<sup>66</sup>.

**74.** In un altro caso relativo all'assistenza in garanzia, l'acquirente riferisce che, in data 7 gennaio 2023, sarebbe stata aperta una richiesta di sostituzione delle quattro maniglie delle portiere di un'autovettura DR in quanto difettose per presenza di crepe con difficoltà di utilizzo delle stesse e con infiltrazione di acqua all'interno della carrozzeria. A distanza di oltre 100 giorni da tale richiesta, il consumatore in questione non avrebbe ricevuto “nessun tipo di riscontro”<sup>67</sup>.

**75.** Significativa appare anche la segnalazione di un utente che, evidenziando di essere in possesso di una DR 3 acquistata nel mese di febbraio 2022 e di aver subito un incidente che avrebbe reso necessaria la sostituzione del paraurti posteriore e dei relativi accessori, non avrebbe ricevuto alcun riscontro in merito alla consegna di tali pezzi di ricambio a tre mesi dalla loro ordinazione<sup>68</sup>.

**76.** Sempre sulla medesima problematica, numerose sono le recensioni che continuano ad essere pubblicate su fonti aperte da parte di consumatori che lamentano problemi di approvvigionamento dei pezzi di ricambio e di assistenza post-vendita, rappresentando tali lamentele più dell'70% delle recensioni pubblicate<sup>69</sup>.

**77.** La stampa specializzata, inoltre, è intervenuta in più occasioni per segnalare le notevoli difficoltà incontrate nell'approvvigionamento dei pezzi di ricambio a marchio DR ed EVO.

**78.** Nello specifico, “*Quattroruote.it*”, riprendendo quanto citato dal gruppo Facebook “*Carrozzeri Verniciatori d'Italia*”, nel considerare l'attività del Professionista ha sottolineato la gravità della problematica della disponibilità dei pezzi di ricambio, con tempi di attesa anche di due anni: “*per la DR il 2023 è stato un anno che ha portato tante soddisfazioni (27.000 immatricolazioni nel nostro Paese, +40% sul 2022), ma pure qualche spina:*

---

<sup>66</sup> Cfr. doc. 389 del fascicolo ispettivo.

<sup>67</sup> Cfr. doc. 401 del fascicolo ispettivo.

<sup>68</sup> Cfr. doc. 293 del fascicolo ispettivo.

<sup>69</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 12 marzo 2024.

*oltre all'indagine dell'Antitrust sulla comunicazione della Casa, che ometterebbe l'origine cinese dei propri prodotti, ora spuntano le rimostranze social di un gruppo di autoriparatori (Carrozzeri Verniciatori d'Italia, con più di 22 mila iscritti [sopra citato]): gli artigiani lamentano lunghe attese per i ricambi della Casa molisana, che assembla i pezzi provenienti dal Paese asiatico. Alcune testimonianze parlano di 19 mesi per un parafrangente, di un anno e mezzo per uno specchietto retrovisore e per una porta posteriore sinistra, di 17 mesi per un semiasse, cinque per la luce della retromarcia e così via [enfasi aggiunta]. Un membro del gruppo individua la causa della scarsa disponibilità dei ricambi DR nella presenza di due soli magazzini, uno in Cina e l'altro in Italia, quest'ultimo privo di stoccaggio. Un dubbio comunque sollevato già in passato, a febbraio 2023, nel nostro forum*<sup>70</sup>.

**79.** E ancora, in tempi recenti, il medesimo sito ha preso posizione sulla vicenda DR Automobiles evidenziando che, oltre all'indagine dell'Autorità, si presenterebbe per l'azienda molisana la necessità di gestire un nuovo fronte costituito da un *report* di Sicurauto evidenziando uno scenario alquanto sconcertante per la situazione ricambistica. Secondo l'articolo, *“a rendere la situazione ancora più critica, ci pensa anche la crescita esponenziale delle vendite di veicoli DR ed EVO nel settore dell'autonoleggio. Negli ultimi due anni, il numero di veicoli DR in circolazione è cresciuto in modo significativo, portando con sé un aumento straordinario della domanda di componenti e pezzi di ricambio; questo boom ha messo a dura prova l'intera catena di approvvigionamento di ricambi automobilistici. Gli autoriparatori, già sotto pressione, stanno ora lottando per far fronte alla crescente richiesta di assistenza e manutenzione per questi veicoli autonomi. I tempi di attesa dichiarati per le riparazioni sono diventati estremamente prolungati, con alcune auto che rimangono fuori servizio per periodi che possono addirittura arrivare a due anni. Questa situazione sta costringendo molti proprietari a tenere i loro veicoli in attesa di riparazione o a riceverli indietro con lavori incompleti, mettendo in discussione l'efficacia e l'affidabilità di questa nuova generazione di veicoli*”<sup>71</sup>.

**80.** Infine, appare significativa, in termini di attualità della pratica, una segnalazione pervenuta all'Autorità in data 14 febbraio 2024 da un consumatore il quale lamenta che *“l'auto è ferma in officina, in attesa di una presunta possibile futura riparazione, da 62 giorni (13 dicembre-oggi 13 febbraio 2024); [la concessionaria], non è in grado di fornire un'assistenza*

---

<sup>70</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 26 febbraio 2024, articolo dal titolo *“Quattroruote - Ricambi in ritardo di mesi, ma la Casa non ci sta”* tratto dal sito: <https://www.quattroruote.it/news/industria-finanza/2023/11/09/ritardoricambidr.html>.

<sup>71</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 5 marzo 2024.

*post-vendita adeguata agli standard (sicuramente per colpa di DR) e quindi continua a non rispondere alla richiesta del mio avvocato di risolvere il contratto”<sup>72</sup>.*

### **3) Le argomentazioni difensive dei professionisti**

**81.** I professionisti hanno esercitato il diritto di difesa attraverso un primo scritto depositato contestualmente alla presentazione degli impegni<sup>73</sup> ed una memoria finale<sup>74</sup>.

*i) Pratica A) - La scorrettezza delle informazioni sul luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO*

**82.** Le Società hanno preliminarmente sottolineato che, *“nello spirito di leale cooperazione nello svolgimento del procedimento e al fine di eliminare qualsiasi - pur negato - rischio di confusione per i consumatori”*, pochi giorni dopo l’ispezione, la DR Automobiles ha provveduto alla rimozione dalla programmazione televisiva e radiofonica e dai canali online, del video indicato nella comunicazione di avvio denominato *“Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles”<sup>75</sup>*. Analoga misura è stata adottata, successivamente all’acquisizione, anche rispetto al filmato *“Spot istituzionale DR Automobiles Groupe Grazie Italia 2022”<sup>76</sup>*.

**83.** Secondo i Professionisti, sarebbe infondata la prospettazione che DR Automobiles avrebbe posto in essere una pratica commerciale scorretta consistente nell’aver fornito informazioni ambigue e, comunque, decettive circa l’origine delle autovetture a marchio DR ed EVO.

**84.** Tale assunto, a detta dei Professionisti, discenderebbe dal fatto che *“le auto a marchio “DR” ed “EVO” sono autovetture italiane, disegnate e progettate nel nostro Paese”*, la cui materiale fabbricazione sarebbe *“per buona parte delegata a costruttori automobilistici cinesi”*. Tali autovetture sarebbero *“successivamente completate in Italia”*, attraverso *“un’apposita linea di produzione”* presso lo stabilimento di Macchia d’Isernia. Quindi, il materiale promozionale veicolato da DR Automobiles non avrebbe fornito una rappresentazione falsa della realtà e pertanto non ricorrerebbero le condizioni per considerare scorrette le condotte poste in essere dal Professionista. In particolare, non ricorrerebbero l’elemento della contrarietà

---

<sup>72</sup> Cfr. prot. n. 22141/2024. Dalla ulteriore documentazione prodotta dalla segnalante emerge che, alla data del presente provvedimento, la criticità evidenziata non è stata ancora risolta.

<sup>73</sup> Cfr. nota prot. 10776 del 5 gennaio 2024.

<sup>74</sup> Cfr. memoria prot. 39504 del 15 aprile 2024.

<sup>75</sup> Cfr. nota prot. 84628 del 23 ottobre 2023.

<sup>76</sup> Cfr. nota prot. 91530 del 10 novembre 2023.

alla diligenza professionale e l'idoneità delle condotte a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio.

**85.** Nello specifico, non sarebbero ingannevoli i messaggi promozionali diffusi da DR Automobiles e recanti il *claim* “*una storia italiana*”, i video volti ad enfatizzare il legame tra il marchio DR e la Regione Molise, nonché l'utilizzo del tricolore, che forma parte integrante dei marchi DR ed EVO. Infatti, il *claim* “*una storia italiana*” trarrebbe spunto dal progetto imprenditoriale del dott. Massimo Di Risio, dal luogo in cui era originariamente concentrata l'attività di produzione delle autovetture a marchio DR “*nonché dall'ideazione sul piano intellettuale, estetico e progettuale delle autovetture DR Automobiles*”.

**86.** Analoghe considerazioni, secondo i Professionisti, varrebbero per gli altri richiami all'italianità riferiti agli interventi di lavorazione compiute presso lo stabilimento molisano. Si tratterebbe di elementi che si riferiscono alle autovetture intese come prodotto commercializzato e che non sarebbero in grado di ingenerare alcuna confusione circa l'origine delle stesse.

**87.** L'“*italianità*”, dunque, secondo i Professionisti costituirebbe una caratteristica intrinseca del marchio DR, in quanto, la progettazione e il *design* delle forme e delle linee che contraddistinguono i modelli DR ed EVO, sarebbero “*il risultato del processo creativo elaborato dal Centro Stile DR, presente nello stabilimento produttivo di Macchia d'Isernia, e da Italdesign*” che rivestirebbe un'importanza cruciale nell'intero processo di sviluppo e di definizione dell'identità dell'autovettura.

**88.** Ciò spiegherebbe il titolo e il contenuto dei video promozionali contestati e l'enfasi sul valore dell'italianità nelle comunicazioni riguardanti alcune campagne di *marketing* che si limiterebbero ad esaltare in maniera enfatica “*l'iniziale concezione e il collegamento estetico e culturale con il nostro Paese delle autovetture a marchio DR ed EVO*”. In questo senso, militerebbe anche la circostanza che DR Automobiles, “*in qualità di costruttore*” è titolare del processo di omologazione delle proprie auto e sarebbe responsabile di tale procedimento garantendo la conformità delle stesse<sup>77</sup>.

**89.** In sintesi, DR Automobiles, realizzerebbe “*la produzione in serie fornendo le specifiche di base ai propri costruttori partner*” cinesi ed effettuerebbe controlli di conformità e periodiche verifiche di qualità presso gli stabilimenti esteri affinché le vetture così prodotte possano soddisfare il processo di omologazione, senza il quale nessun autoveicolo realizzato dai

---

<sup>77</sup> Osservano i Professionisti che “*ai sensi della normativa europea in materia non è necessario che il “costruttore” sia direttamente coinvolto in tutte le fasi di realizzazione del prodotto, ma è solo necessario che sia in grado di garantire un efficace ed efficiente controllo, idoneo ad assicurare la conformità della produzione*”.

costruttori *partner* di DR Automobiles potrebbe essere commercializzato in Europa.

**90.** Peraltro, i professionisti richiamano l'attenzione sulla circostanza che si svolgerebbero, presso il sito di Macchia d'Isernia, gli interventi relativi all'eventuale installazione di sistemi di alimentazione alternativa GPL e metano, all'assemblaggio sul veicolo di componenti di stile, alla stampigliatura del numero di telaio secondo l'abbinamento stabilito fin dall'inizio del processo produttivo. Tale momento costituirebbe una "*fase importante del processo di fabbricazione*" in quanto si tratterebbe di una vera e propria "*ultima trasformazione*", in linea con quanto previsto dalla normativa europea in materia di origine del prodotto<sup>78</sup>.

**91.** A tale proposito, i Professionisti richiamano l'analisi contabile realizzata in fase istruttoria dalla quale è emerso che, per il campione esaminato, gli interventi di lavorazione compiuti da DR Motor Company S.r.l. presso lo stabilimento di Macchia d'Isernia corrispondono solo all'11,25% dei costi totali sostenuti. Al riguardo, viene sottolineato che la percentuale appena indicata non apparirebbe trascurabile e non consentirebbe di escludere una "*ultima trasformazione*". Secondo i Professionisti, peraltro, per alcuni modelli il valore dell'intervento presso lo stabilimento molisano ammonterebbe al 30% del valore totale.

**92.** Peraltro, i professionisti sottolineano che l'indagine contabile appena descritta trascurerebbe di considerare il valore aggiunto che prescinde da una mera analisi contabile e deriva da determinati interventi o elementi immateriali a un prodotto finale. Secondo le Società, "*l'indiscutibile e incontestata titolarità da parte della DR Automobiles del processo di design, progettazione e omologazione, nonché l'oggettiva rilevanza delle lavorazioni finali sui veicoli presso il sito di Macchia d'Isernia*" dimostrerebbero l'infondatezza della tesi istruttoria, alla luce soprattutto del fatto che, come affermato dall'articolo 60 del Codice Doganale dell'Unione europea<sup>79</sup>, il luogo di origine di un prodotto deve identificarsi con il luogo geografico in cui è avvenuta "*l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale ed economicamente giustificata*" dello stesso.

---

<sup>78</sup> Cfr. articolo 60 del Regolamento UE n. 952/2013, del 9 ottobre 2013, che istituisce il Codice Doganale dell'Unione europea, a norma del quale "*le merci alla cui produzione contribuiscono due o più paesi o territori sono considerate originarie del paese o territorio in cui hanno subito l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale ed economicamente giustificata, effettuata presso un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione*" (e.a.).

<sup>79</sup> Codice Doganale dell'UE, articolo 60, comma 2: "*Le merci alla cui produzione contribuiscono due o più paesi o territori sono considerate originarie del paese o territorio in cui hanno subito l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale ed economicamente giustificata, effettuata presso un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione*".

**93.** Secondo la difesa, sarebbe notorio che il settore *automotive* è caratterizzato da una radicata dislocazione della filiera produttiva che vede la produzione, la lavorazione e l'assemblaggio dei prodotti automobilistici avvenire, almeno in parte, regolarmente al di fuori dei confini nazionali. La delocalizzazione della fase di produzione materiale in altro Paese per ragioni di costo del lavoro o simili sarebbe una realtà in molti settori e una nozione ormai da tempo consolidata e ben nota alla generalità dei compratori di automobili. Ciò stante, il consumatore medio non baserebbe la sua scelta di consumo rispetto ad un'autovettura sul luogo geografico di fabbricazione o di assemblaggio.

**94.** A tale proposito, i Professionisti richiamano la circostanza che numerosi altri articoli di stampa avrebbero nel tempo provveduto ad esplicitare la (parziale) delocalizzazione della fabbricazione in Cina delle autovetture a marchio DR. Da ciò, secondo le Società, discenderebbe che il consumatore medio non avrebbe potuto non essere al corrente che tali autovetture non venissero fabbricate interamente in Italia e, pertanto, che DR Automobiles non risulterebbe aver trasgredito in alcun modo al canone di diligenza professionale.

**95.** Parimenti, né lo *spot* promozionale, né l'uso del tricolore che accompagna i marchi DR ed EVO, né l'utilizzo di claim quali *“una storia italiana”*, sarebbero idonei a confondere i consumatori circa il luogo di fabbricazione delle autovetture DR ma sarebbero stati orientati ad indicare *“la nazionalità dell'impresa stessa e ad esaltare la connotazione italiana nonché il radicamento territoriale del “progetto DR”, non certo a ingenerare alcuna confusione nei consumatori circa i luoghi di mera fabbricazione delle autovetture”*.

**96.** Le informazioni circa il modello di business di DR sarebbero state, inoltre, veicolate al TG1, con un servizio andato in onda il 20 luglio 2023 che, pur evidenziando il forte legame tra il marchio DR e la Regione Molise non avrebbe mancato di precisare che *“Le auto nascono nel centro ricerca e sviluppo dove vengono disegnate e sviluppate, ma la novità principale di questa azienda è soprattutto la scelta di commercializzare e assemblare componenti che vengono dall'estero così da contenere i prezzi di listino”* con la precisazione che *“la fase industriale avviene in stabilimenti esteri, asiatici, le auto poi arrivano qui presso i nostri stabilimenti di assemblaggio, di produzione, sempre nel nostro quartier generale, dove vengono completate e ultimate”*.

**97.** Quanto al tricolore presente nei loghi DR ed EVO questo costituirebbe parte integrante dei marchi DR ed EVO, preesistenti alle campagne promozionali contestate, essendo stati registrati nel 2010 e nel 2020, quando

DR ha avviato la propria attività e sono quindi indicativi dell'ideazione e della storia tutta italiana del progetto DR. I professionisti affermano di non comprendere come si possa pretendere di vietarne l'uso nella sua versione cromatica originaria, incidendo peraltro su un diritto di privativa industriale legalmente riconosciuto e mai contestato.

**98.** I professionisti hanno, inoltre, aggiunto che *“né i messaggi promozionali incentrati sul claim “una storia italiana”, né l'utilizzo del tricolore nel logo delle autovetture in questione, che pur DR Automobiles ha già provveduto a rimuovere o si accinge a farlo in un'ottica di leale cooperazione con codesta Autorità, sono mai stati in grado incidere sul comportamento dei consumatori, inducendoli ad acquistare le autovetture a marchio “DR” ed EVO”*<sup>80</sup>.

**99.** Quanto alla produzione, le Società rappresentano che *“la scelta di delegare a importanti costruttori asiatici la produzione di parte delle proprie autovetture è stata una scelta che ha consentito a DR Automobiles di competere con i più importanti player del settore”*; la *“parziale dislocazione produttiva”* avrebbe permesso di sviluppare un'attività industriale in un territorio sprovvisto fino a quel momento di insediamenti produttivi automobilistici di rilievo. Tale scenario mal si concilierebbe con la prospettiva secondo cui presso lo stabilimento di Macchia d'Isernia avverrebbero *“meri interventi di rifinitura e di completamento”*.

**100.** Le società contestano la ricostruzione in termini di ingannevolezza attribuita allo *spot* pubblicitario della DR5 Unica da ultimo in programmazione (per quanto ora rimosso), *“reo di rappresentare nell'incipit che “Nel 2006 nasceva la DR5, completamente assemblata nella nostra fabbrica in Molise, con motore turbo diesel e meccanica tutta italiana”*, dal momento che esso si limitava a riportare un fatto storico senza aggiungere altro rispetto ai modelli attualmente in produzione.

**101.** Quanto, infine, ai *banner* pubblicitari di DR con il tricolore e il *claim* *“una storia italiana”* riprodotti a bordo campo durante la partita Lecce-Roma, il Professionista rappresenta che si tratterebbe di una pubblicità effettuata in esecuzione di contratti risalenti nel tempo e riguardante in ogni caso la promozione istituzionale della società DR Automobiles nel complesso, mediante l'utilizzo del marchio DR da tempo attestato e senza riferimento a pubblicità di alcuna specifica autovettura.

**102.** In merito alla portata dei richiami all'italianità contenuti nel materiale promozionale di DR Automobiles, i professionisti affermano che, anche ove fossero idonei a confondere i consumatori sul luogo di fabbricazione delle

---

<sup>80</sup> Cfr. prot. n. 10776/2024.

autovetture DR, ciò non sarebbe stato comunque sufficiente ad incidere sul comportamento economico del consumatore rispetto a una scelta che viene ponderata attentamente.

**103.** L'assenza di potenzialità lesiva di tali messaggi promozionali sarebbe provata dal fatto che il presente procedimento è stato avviato su segnalazione di un solo consumatore.

**104.** Peraltro, secondo i Professionisti, i consumatori non sarebbero stati comunque indotti ad acquistare le autovetture in questione sulla base dell'asserita italianità in quanto il consumatore italiano non attribuirebbe alcun valore aggiunto al fatto che le autovetture siano materialmente prodotte in Italia, quanto, semmai, al *design* e all'estetica elaborati nel nostro Paese.

*ii) Pratica B) - Non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e mancata assistenza post-vendita*

**105.** In via preliminare, le Società contestano la responsabilità sotto il profilo soggettivo di DR Automobiles per le condotte oggetto della Pratica B, erroneamente ascritte a tale società "*in proprio e quale controllante*" di DR S&P, in quanto è solo quest'ultima che si occupa dell'assistenza *post-vendita* per le autovetture commercializzate da DR Automobiles.

**106.** Sarebbe poi infondata e inconferente, secondo i Professionisti, la contestazione in merito alla scorrettezza delle condotte consistenti nel non aver garantito un adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio, con conseguente mancata o ritardata fornitura degli stessi nell'ambito del servizio di assistenza *post-vendita*.

**107.** A tale proposito, le difese si concentrano sugli elementi essenziali di una pratica commerciale aggressiva rilevando che, nel caso in questione, sia l'elemento "*strutturale*" che "*funzionale*" sarebbero "*radicalmente assenti*".

**108.** Ciò stante, la difesa evidenzia che i professionisti non avrebbero mai posto in essere atti invasivi della sfera volitiva del consumatore tali da integrare una condotta molesta, né tantomeno un indebito condizionamento tale da limitare notevolmente la sua capacità di prendere una decisione di natura commerciale consapevole.

**109.** Inoltre, i reclami acquisiti al fascicolo istruttorio mostrerebbero come DR S&P non abbia mai ostacolato l'esercizio dei diritti dei consumatori sull'assistenza *post-vendita* e riparazione in garanzia, ma anzi avrebbe sempre profuso i massimi sforzi per rimediare ai disagi sofferti dai clienti a causa di alcuni ritardi nei tempi di consegna dei pezzi di ricambio, confermando l'apertura del reclamo di garanzia ovvero assicurando il reclamante sull'interruzione dei termini di garanzia con apertura del reclamo.

**110.** Apparirebbe, inverosimile che DR S&P abbia potuto sottovalutare i possibili rischi derivati da un insufficiente approvvigionamento dei pezzi di ricambio. Tali ritardi nella consegna dei pezzi di ricambio sarebbero, infatti, avvenuti a causa di fattori esogeni, quali il COVID, non attribuibili in alcun modo alla mancanza di diligenza professionale da parte di DR Automobiles e DR S&P. Si sarebbe trattato di una situazione che avrebbe investito numerose case costruttrici diverse da DR Automobiles.

**111.** Oltre a ciò, si sarebbe aggiunto il rilevante e imprevedibile aumento dei volumi di vendita della DR Automobiles avvenuto da un anno all'altro.

**112.** Si sarebbe trattato, ovvero, di una crescita delle vendite (+192,76% nel 2022, +52% nel 2023) che sarebbe andata ben oltre le più ottimistiche proiezioni effettuate da DR Automobiles, impedendo a DR S&P di compiere una stima affidabile delle proprie necessità di approvvigionamento e successivamente rimediare immediatamente alla problematica emersa, tanto più a fronte di una situazione di crisi dei pezzi di ricambio mondiale, riguardante tutto il settore automobilistico (e non solo). Non si sarebbe trattato, quindi, di una deficienza strutturale. Seppur in fase di graduale assorbimento, si tratterebbe pertanto di fenomeni congiunturali e transitori comuni all'intero settore, non riconducibili alla sfera di controllo del professionista e, quindi, non certo riferibili a un difetto degli standard di diligenza professionale.

**113.** In ogni caso, DR S&P avrebbe affrontato e superato tali difficoltà avendo ridotto di quasi il 50% il tempo medio di consegna dei pezzi di ricambio nel 2023 limitandolo, da ultimo, a 2,35 giorni medi. Tale risultato sarebbe stato raggiunto grazie al graduale assorbimento delle criticità nelle catene di approvvigionamento mondiali e all'incremento del personale addetto all'assistenza post-vendita e dello spazio dedicato allo stoccaggio dei pezzi di ricambio.

**114.** Tale circostanza, ad avviso della difesa, non può essere smentita dall'unica denuncia, portata dall'Autorità a presunta dimostrazione dell'attualità della pratica in esame riferibile alla negligenza di un singolo concessionario.

**115.** La stessa tabella n. 1 riprodotta a pagina 16 della CRI mostrerebbe come i ritardi nelle consegne dei pezzi di ricambio si siano notevolmente ridotti e ciò al netto del rilevante aumento dei volumi di vendita. Il dato apparentemente crescente di consegne tardive attribuito al 2023 sarebbe infatti artificialmente gonfiato dal numero di casi "senza consegna" registrato nel 2023, che però sarebbe del tutto fuorviante, in quanto si riferirebbe in molti casi a ordini successivamente evasi, anche secondo tempistiche ordinarie in quanto relativi a ordini trasmessi nella parte finale

dell'anno ed evasi nei primi mesi del 2024 o comunque successivamente alla data della risposta a richiesta d'informazioni; senza considerare il numero di linee ordini "non attive", in quanto relative a richieste successivamente cancellate dal concessionario perché inerenti a linee ordini successivamente reiterate (ad. esempio mediante inserimento in nuovo ordine) o già soddisfatte mediante il ricorso ad altri canali di fornitura ovvero ancora mediante modalità alternative di risoluzione del problema (ad esempio, aggiornamento del software). Depurato del numero di casi "senza consegna", il dato di consegne tardive attribuito nella tabella in esame al 2023 (40,11%) scende così al dato fisiologico di 10,17%, inferiore a quello registrato negli anni 2021 e 2022.

**116.** La presenza di numerose linee ordini "*non attive*" spiegherebbe altresì l'apparente discrepanza "*tra il numero di ordini per riparazioni in garanzia ricevuti ed evasi nei primi dieci mesi del 2023*", senza considerare che, nella prassi, una singola spedizione soddisfa sovente più ordini<sup>81</sup>, cosicché il numero di spedizioni risulterebbe sempre minore del numero di ordini ricevuti. Nonostante ciò, la stessa tabella da cui si ricava il dato citato al § 52 della CRI (13.929 spedizioni nei primi dieci mesi del 2023 a fronte di 23.384 ordini ricevuti nello stesso periodo) mostrerebbe come tale divario si sia via via ridotto nel corso del 2023 e al contempo sia aumentato il fatturato giornaliero relativo alle spedizioni (da 14.481 euro del gennaio 2023 a 48.300 euro dei primi giorni di ottobre 2023), a dimostrazione dello sforzo profuso da DR S&P per risolvere la problematica emersa.

**117.** Da questo punto di vista, i disagi lamentati non avrebbero causato alcuna decisione commerciale del consumatore medio e non sarebbero derivati da una condotta idonea ad assurgere al rango di "*pratica commerciale*".

**118.** Quanto all'asserita "*significativa assenza di formazione [...] della rete di officine/concessionari dei veicoli a marchio DR ed EVO*", essa viene fatta derivare da un caso di lamentela del tutto isolato, che contrasta con gli strumenti e l'attività di formazione prestata da DR S&P ai concessionari e alle officine autorizzati<sup>82</sup>.

**119.** Anche ad ammettere che le condotte contestate siano state il frutto di una negligenza professionale, nel caso di specie è del tutto mancante l'elemento funzionale in quanto la contestazione non precisa in quale modo la condotta aggressiva contestata abbia condizionato la volontà del

---

<sup>81</sup> Ciò in quanto non tutte le linee (ognuna riferibile a un singolo codice ricambio) di uno stesso ordine sono disponibili nello stesso momento, perciò spesso l'evasione delle linee di un certo ordine viene associata a una o più linee d'ordine di ordini pregressi.

<sup>82</sup> Cfr. punto 5 della risposta a richiesta d'informazioni del 12 dicembre 2023.

consumatore, facendogli concludere un contratto, o assumere altra decisione di carattere commerciale, della cui convenienza quest'ultimo non era convinto. Non si comprenderebbe come la "condotta" ascritta al professionista possa aver indotto, anche solo sul piano potenziale, il consumatore medio "*ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso*" (articolo 24 del Codice del consumo).

**120.** Nello specifico, i ritardi lamentati dai consumatori si sarebbero risolti, tutt'al più, in un mero (per quanto spiacevole) disservizio per i clienti, una fattispecie che, come tale, non dovrebbe rientrare in una valutazione di scorrettezza della pratica commerciale.

### *iii) Sul rigetto degli impegni*

**121.** In merito al rigetto degli impegni, i Professionisti asseriscono che tale decisione si caratterizzerebbe per "*l'evidente contraddittorietà*", anche in relazione ai precedenti in materia. In particolare, a detta dei professionisti la novità della fattispecie non apparirebbe compatibile "*con l'asserita manifesta scorrettezza e gravità della condotta*" in quanto la stessa prassi dell'Autorità sarebbe incline ad escludere la gravità di una determinata condotta a fronte della novità della relativa fattispecie che, in quanto "nuova", non avrebbe potuto fornire precise indicazioni di *compliance* al professionista, così da eventualmente escludere l'errore di quest'ultimo. La difesa volutamente confonde i piani della gravità, come inammissibilità degli impegni, con quello dell'interesse all'accertamento da parte dell'Autorità.

**122.** Peraltro, sottolineano i Professionisti, una parte degli impegni sarebbero stati modellati prendendo a riferimento un precedente provvedimento in cui codesta Autorità ha deciso la chiusura dell'istruttoria avviata nei confronti di Citroën Automobiles S.A. con accettazione degli impegni proposti dalla parte e conseguente non accertamento dell'illecito.

### *iv) Eventuali modifiche messaggi/pratiche già realizzate in corso di istruttoria*

**123.** Le Società, nonostante il rigetto degli impegni, rappresentano di aver dato spontanea applicazione ai medesimi, provvedendo: (i) a rimuovere il tricolore italiano dai messaggi pubblicitari relativi alle autovetture commercializzate; (ii) a rimuovere qualsiasi video di promozione di autovetture facente leva sul claim "*una storia italiana*" o analoghi; (iii) a pubblicare sul sito internet di DR Automobiles una guida esplicativa sulle garanzie legali e convenzionali; (iv) a pubblicare sul sito internet di DR Automobiles Group un'apposita sezione dedicata alla storia e alla produzione delle autovetture commercializzate dalla medesima società, con

apposita evidenziazione delle fasi di fabbricazione delegate ai costruttori partner cinesi<sup>83</sup>; (v) a ridurre i tempi di consegna dei pezzi di ricambio a 2,35 giorni, in misura, quindi, nettamente migliorativa rispetto a quanto previsto negli impegni proposti a codesta Autorità (sette giorni).

**124.** I professionisti hanno sottolineato, inoltre, che alcune delle informazioni richieste in sede di estensione soggettiva e oggettiva del procedimento, relative soprattutto alla vendita e alla distribuzione dei pezzi di ricambio, erano già state fornite dalla DR Automobiles in data 22 maggio 2023, in risposta a una richiesta d'informazioni nell'ambito di un procedimento di pre-istruttoria<sup>84</sup>, poi archiviato a luglio 2023 a seguito delle informazioni fornite da DR Automobiles.

**125.** In conclusione, i Professionisti chiedono l'archiviazione del presente procedimento accertando la liceità delle condotte delle Società e, in subordine, auspicano che *“la rimozione dei video contestati e del tricolore italiano nei marchi delle vetture commercializzati da DR Automobiles, l'atteggiamento collaborativo prestato dalle Società durante lo svolgimento del Procedimento, gli effetti tutt'al più ridotti delle condotte sulla sfera dei consumatori, l'implementazione di parte degli impegni proposti pur a fronte del rigetto degli stessi, la ridotta dimensione e recente operatività dei professionisti (soprattutto se comparata con i classici operatori del settore automobilistico, con cui DR Automobiles è in concorrenza), e soprattutto la novità delle fattispecie inducano a non comminare sanzione”*.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**126.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, per via televisiva e attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 16 aprile 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

**127.** Con atto pervenuto in data 17 maggio 2024 (prot. n. 49718), la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere (Delibera n.136/24/Cons.) limitando le valutazioni all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato

---

<sup>83</sup> Cfr. <https://drautomobilesgroupe.com/azienda/evoluzione/>, pubblicata in data 11 aprile 2024; si noti, peraltro, che menzione della *“delocalizzazione in Asia di gran parte del processo produttivo”* dal 2010 era già presente sul sito del gruppo dal 16 marzo 2024 <https://drautomobilesgroupe.com/azienda/chi-siamo/>.

<sup>84</sup> Si tratta del caso PS12545 archiviato in fase pre-istruttoria.

per diffondere la pratica commerciale, ad amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

**128.** In particolare, la predetta Autorità, rilevato che *“i dati sull’accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un numero mensile di utenti unici che si sono collegati a Internet nel quarto trimestre del 2023 compreso tra 44,3 e 44,6 milioni su base mensile (tra 43,8 e 43,9 milioni nel quarto trimestre del 2022), con circa 65 ore e 43 minuti complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su Internet; di questi, a dicembre 2023, 43,5 milioni hanno usato Google (42,8 milioni nello stesso mese del 2022), 39,6 milioni Meta Platforms (39,1 milioni nello stesso mese del 2022), 37,2 milioni Amazon (36,5 milioni nello stesso mese del 2022)”*, con riferimento al caso di specie, ha ritenuto che *“i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dalle Società, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni pubblicitarie della Società lette nei siti e/o nella stampa e/o viste in Internet e/o in televisione, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate”*.

## **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

### ***i) Questioni preliminari***

#### *L’archiviazione del fascicolo PS12545*

**129.** È necessario preliminarmente chiarire che l’archiviazione avvenuta in fase pre-istruttoria del fascicolo PS12545 ai sensi dell’articolo 5, comma 1, lettera f), del Regolamento nei confronti della società DR Automobiles è scaturita dal fatto che, al momento di detta archiviazione, non sussistevano elementi sufficienti per un approfondimento istruttorio. In particolare, le condotte lamentate dai consumatori nelle segnalazioni agli atti, sulla base delle informazioni fornite dalla società DR Automobiles, apparivano sporadiche e, pertanto, prive degli elementi di criticità che avrebbero giustificato ulteriori iniziative rispetto ai profili legati al servizio post-vendita e all’approvvigionamento dei pezzi di ricambio.

**130.** Nel dettaglio, nel riscontro alla richiesta di informazioni del 23 maggio 2023, il Professionista, sulla questione dei ritardi nell’approvvigionamento e nella fornitura dei pezzi di ricambio, riconduceva la problematica a una

situazione di ordinaria fisiologia rappresentando che “*il tempo medio trascorso è stato in media di 30 giorni: su tale dato hanno pesato il funzionamento a singhiozzo dei poli di produzione, soprattutto extra-UE, le difficoltà logistiche riscontrate sia a livello internazionale che a livello locale, il forte incremento dei volumi di vendita degli autoveicoli, pari a circa 3 volte quelli dell’anno precedente*” e che “*attualmente la situazione è in miglioramento, sia per il superamento delle problematiche descritte, che per il contestuale potenziamento della complessiva struttura di DR Service & Parts S.r.l.*”<sup>85</sup>.

**131.** Conseguentemente, l’atto introduttivo del presente procedimento ha riguardato solo condotte diverse da quelle oggetto di archiviazione quali, in particolare, quelle legate alla rappresentazione non veritiera del luogo di produzione degli autoveicoli a marchio DR ed EVO.

**132.** La situazione si è radicalmente modificata alla luce delle evidenze emerse nel corso dell’accertamento ispettivo e delle successive segnalazioni pervenute; esse, infatti, hanno reso necessaria l’estensione soggettiva ed oggettiva del procedimento in considerazione della consistenza e rilevanza delle condotte legate alle gravi carenze dell’assistenza post-vendita ed ai gravi ritardi nella fornitura dei pezzi di ricambio.

**133.** Appare, pertanto, privo di pregio il rilievo della difesa che fa discendere dall’archiviazione del fascicolo PS12545 l’irrelevanza delle condotte di cui alla pratica B).

## ***ii) Le condotte***

**134.** Le condotte sopra descritte appaiono integrare due distinte pratiche commerciali scorrette, ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del consumo che consistono *i)* nella ingannevole rappresentazione e pubblicizzazione dell’Italia come luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO, in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo (**pratica A**); *ii)* nel non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e mancata fornitura di adeguata assistenza post-vendita da parte di DR Automobiles S.r.l. e di DR Service & Parts S.r.l., in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo (**pratica B**).

**135.** Le due pratiche commerciali, caratterizzate da un insieme di complesse e articolate condotte, risultano strutturalmente autonome in ragione della diversa fase del rapporto di consumo a cui attengono. Nello specifico, la prima pratica commerciale (A) afferisce al momento dell’offerta e della

---

<sup>85</sup> Cfr. prot. n. 46392/2023.

promozione delle autovetture da parte del professionista, quella del c.d. “*aggancio*” che, nel caso di specie, si basa fortemente sulla “*italianità*” delle vetture; la seconda pratica commerciale (B) riguarda la fase successiva all’acquisto delle autovetture marchiate DR ed EVO ed è attinente all’approvvigionamento dei pezzi di ricambio ed alla complessiva assistenza post-vendita, anche ai fini dell’esercizio dei diritti dei consumatori, incluso quello alla garanzia legale di conformità.

**136.** La ricostruzione delle due complesse e articolate pratiche commerciali, muovendo dalle segnalazioni agli atti, si basa sulle ampie risultanze ispettive e sugli ulteriori elementi istruttori raccolti successivamente all’avvio del procedimento ed alla sua estensione.

**137.** In particolare, anche alla luce degli elementi sopravvenuti alle prime segnalazioni (segnatamente, le evidenze ispettive, le ulteriori risultanze istruttorie, le nuove segnalazioni pervenute da singoli consumatori e da loro associazioni, nonché le ulteriori comunicazioni commerciali tra cui lo *spot* pubblicitario sulla DR5 UNICA<sup>86</sup> e la pubblicità perimetrale durante la partita di calcio del campionato di Serie A, Lecce-Roma dell’aprile 2024<sup>87</sup>) e del quadro fattuale complessivo, sono emerse due pratiche commerciali scorrette ampie e articolate poste in essere dai Professionisti.

### ***Pratica A) - La scorrettezza delle informazioni sul luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO***

#### ***a) La strategia di promozione e marketing dei veicoli commercializzati a marchio DR ed EVO***

**138.** Le risultanze istruttorie confermano che DR Automobiles, nell’ambito dei messaggi e/o comunicazioni commerciali pubblicate sui propri siti *web* e diffuse attraverso numerosi canali promozionali quali TV, radio, cartelloni, altri siti *web* e giornali, e dunque nella fase precedente la scelta d’acquisto da parte dei consumatori, ha fornito informazioni decettive circa l’origine ed il luogo di produzione delle autovetture a marchio DR ed EVO.

**139.** Le azioni di comunicazione e *marketing*, come confermato dalla documentazione ispettiva, si sono incentrate, già a partire dal dicembre 2021, sul forte collegamento valoriale, quasi identitario, tra i marchi DR ed EVO e il territorio molisano attraverso un costante e ricercato richiamo al concetto della loro “*italianità*”, anche attraverso l’utilizzo del tricolore che forma parte

---

<sup>86</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 13 marzo 2024.

<sup>87</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 4 aprile 2024 “*Video estratto da Youtube e lo screenshot highlights Lecce-Roma 1°*”.

sostanziale dei marchi DR ed EVO. Si tratta di una precisa strategia incentrata sulla promozione delle autovetture DR ed EVO nella quale, contrariamente a quanto affermato nelle difese, non viene fatto alcun esplicito riferimento alla storia “personale” (certamente italiana) del dott. Di Risio, fondatore; al contrario, la supposta italianità è volutamente ed esplicitamente attribuita alla produzione delle autovetture a marchio DR e EVO.

**140.** Nel dettaglio, tra i contenuti promozionali esaminati, appare emblematico il video pubblicato da DR fin dal dicembre 2021 e recante in maniera diretta ed inequivoca il messaggio che le autovetture DR erano fabbricate interamente in Italia.

**141.** In particolare, si nota come nel video vi sia una forte enfasi sul legame tra il marchio DR e la regione Molise attraverso un *mix* di testi (letti da voci fuori campo) ed una lunga sequenza di immagini, riguardanti non solo i luoghi più rappresentativi del territorio molisano, ma soprattutto una catena di montaggio delle autovetture all’interno di capannoni industriali; queste immagini raffigurano le autovetture nelle diverse fasi di costruzione, sin dalla fase iniziale di saldatura delle lamiere. Nella parte finale del video si vedono le autovetture “finite”, allineate nei piazzali antistanti i capannoni di DR vicino a Isernia.

**142.** Il video è accompagnato, inoltre, da voci fuori campo che usano espressioni enfatiche tra cui: “*auto che arrivano da un posto che non esiste, e invece esiste*”; “*questo facciamo qui, ogni santo giorno*”; “*questo è il Molise, queste sono le nostre auto e la nostra è una storia italiana*”<sup>88</sup> la cui formulazione risulta finalizzata ad accreditare la tesi che le autovetture vengano fabbricate integralmente presso il sito di Macchia d’Isernia, nonché ad ingenerare confusione tra la storia dell’azienda e il luogo di effettiva produzione ed origine delle autovetture attualmente commercializzate, come peraltro ammesso dallo stesso dott. Di Risio in sede ispettiva.

**143.** L’idoneità ad incidere sulle scelte dei consumatori e l’efficacia della comunicazione commerciale incentrata sul *claim* della asserita “italianità” delle autovetture DR ed EVO è confermata dall’insistenza con cui il messaggio dell’italianità è stato voluto ed inserito dal Professionista sin dal dicembre 2021 nel predetto video pubblicitario dal titolo “*Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles*”<sup>89</sup>, nonché dal rilievo che a detta “italianità” è stato dato nelle comunicazioni inviate dal Professionista alla propria rete di *dealers*<sup>90</sup> ed organi di stampa; è chiaro che il Professionista

---

<sup>88</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 27 settembre 2023; in particolare il video denominato “*Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles*”.

<sup>89</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>90</sup> Cfr. doc. da n. 195 a n. 226 del fascicolo ispettivo.

insisteva (e investiva risorse economiche) sul predetto *claim* di “italianità” confidando sulla sua efficacia presso i consumatori italiani al fine di “fare breccia” e affermare gli autoveicoli marchiati DR e EVO sul mercato italiano, nella delicata fase di penetrazione del mercato stesso. La predetta campagna di *marketing* incentrata sull’italianità ha ragionevolmente contribuito, seppur non in via esclusiva, all’aumento del 192% del numero delle vetture vendute in Italia nel 2022 rispetto al 2021. A tale crescita, è corrisposto un fatturato più che triplicato nell’anno 2022 (pari a euro 451.023.813), rispetto a quello del 2021 (pari a euro 139.268.134).

**144.** Nei medesimi termini e con la medesima finalità, il Professionista ha replicato la (efficace) campagna promozionale anche nel 2022<sup>91</sup> attraverso un video promozionale<sup>92</sup> (denominato “*Grazie Italia*”) diffuso sulle principali emittenti nazionali e sul proprio canale *Youtube*, nel quale viene riproposto il tema della fabbricazione italiana delle vetture.

**145.** In particolare, la campagna promozionale del dicembre 2022, incentrata anch’essa sulla “italianità” dei prodotti e sulla relativa tradizione artigianale, aveva la finalità di ringraziare l’Italia, in considerazione del citato aumento delle vendite del 192% rispetto all’anno precedente (“*voi che sapete come rendere unico questo Paese*”, “*voi che continuate a far sì che il passato sia ancora presente*”, “*voi che sapete come prendervene cura*”, “*voi che date forma al futuro*”, “*voi che scegliete in maniera intelligente [...] e proprio per questo in migliaia avete scelto una nostra automobile*”, “*Grazie Italia*”).

**146.** In particolare, le immagini dei luoghi italiani più iconici insieme ai riferimenti alle tradizioni artigianali presenti in Italia (quali, le immagini di una sfilata di moda, della lavorazione del vetro di Murano e della realizzazione artigianale di un mosaico) che si uniscono alle immagini di una catena di montaggio delle autovetture DR nella fase iniziale della saldatura delle lamiere (immagini già presenti nel video del 2021) hanno avuto il precipuo scopo di creare un legame, anche valoriale, diretto tra la fabbricazione delle automobili DR e il territorio italiano, trasmettendo, dunque, al consumatore una rappresentazione ingannevole, ed omissiva, del luogo di effettiva produzione delle vetture a marchio DR.

**147.** L’efficacia della comunicazione incentrata sulla “italianità” delle autovetture DR - anche tramite il citato video istituzionale del 2022 (“*Grazie Italia*”) - appare trovare conferma anche nel 2023, in considerazione dell’aumento del 52% del numero delle vetture vendute rispetto all’anno

---

<sup>91</sup> Cfr. docc. 257, 310, 312, 313, 314, 320, 326 del fascicolo ispettivo.

<sup>92</sup> Cfr. doc. 195 del fascicolo ispettivo, denominato “*Spot istituzionale DR Automobiles Groupe - Grazie Italia 2022*”.

precedente con un sensibile aumento di fatturato (pari a euro 657.268.161 nel 2023 rispetto a euro 451.023.813 del 2022).

**148.** Analogamente, il Professionista ha diffuso un altro video promozionale delle autovetture a marchio EVO - andato in onda, tra l'altro, sul canale televisivo Rai 1, alle ore 21.35, del giorno 26 settembre 2023 - nel quale si alternano immagini dell'auto a marchio EVO con quelle di alcuni paesaggi rappresentativi del territorio italiano, concludendo il messaggio pubblicitario con il logo del marchio EVO inciso dal tricolore italiano<sup>93</sup>.

**149.** Gli effetti prodotti da tali iniziative di *marketing*, efficacemente costruite per generare nei consumatori il falso convincimento dell'italianità dei prodotti, sono confermati da una serie di comunicazioni del medesimo Professionista - che testimoniano il *sentiment* generato dai video promozionali - da parte di privati e/o di professionisti operanti nel mondo dell'editoria<sup>94</sup>.

**150.** A tale proposito, deve osservarsi che il messaggio incentrato sul fatto di vendere autoveicoli asseritamente fabbricati in Italia, ha assunto per il Professionista un'evidente rilevanza "strategica" al fine di penetrare ed affermarsi sul mercato nazionale, come attestato dagli stessi documenti interni/*e-mail* relativi ai rapporti di DR con i *mass media* che insistevano sulla "italianità" o, addirittura, "molisanità" delle autovetture<sup>95</sup>. Simmetricamente, dal lato della domanda, l'insistente e ricercato richiamo alla "italianità" degli autoveicoli DR ed EVO appare idoneo a incidere sulle scelte del consumatore, inducendolo ad attribuire a essi un maggior pregio e valore, nonché una migliore fruibilità (anche sotto il profilo dell'aspettativa di una migliore assistenza tecnica post-vendita, derivante anche da una maggiore e più rapida disponibilità dei pezzi di ricambio).

**151.** In tal senso, appare priva di pregio l'eccezione della difesa volta ad accreditare la tesi che l'informazione circa il luogo di fabbricazione dei veicoli rientrerebbe tra gli elementi che il consumatore potrebbe acquisire agevolmente nel corso delle attività propedeutiche all'acquisto. In primo luogo, la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette (articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo) non consente che un professionista, nella propria comunicazione commerciale, fornisca ai consumatori informazioni false, decettive e/o ambigue sui propri prodotti, essendo egli, tra l'altro, tenuto ad un dovere di chiarezza, completezza e comprensibilità, come confermato da pacifica giurisprudenza amministrativa<sup>96</sup>. In secondo luogo, il consumatore,

---

<sup>93</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 27 settembre 2023.

<sup>94</sup> Cfr. docc. 313 e 315 del fascicolo ispettivo.

<sup>95</sup> Cfr. docc. 231, 257, 310, 312, 313 314, 315, 320 e 326 del fascicolo ispettivo.

<sup>96</sup> Cfr. Consiglio di Stato, VI, 14 ottobre 2019, n. 6984, secondo cui "L'obbligo di «estrema chiarezza, che viene violato proprio da pratiche ingannevoli o false che, in qualsiasi modo, anche nella presentazione complessiva, ingannino o possano indurre in errore il contraente medio, deve essere congruamente assolto

potenziale acquirente, a fronte della descritta e articolata strategia di *marketing*, fondata su informazioni e messaggi decettivi circa il fatto che le autovetture DR ed EVO fossero fabbricate in Italia, poteva ragionevolmente rivolgere la sua attenzione su altre caratteristiche degli autoveicoli (tra cui, *in primis*, il prezzo).

**152.** Appare significativo che, anche nelle more della presente procedura istruttoria, il Professionista abbia continuato a diffondere messaggi pubblicitari decettivi sull'origine degli autoveicoli. In tal senso, rileva la struttura ed i contenuti (audio e video) del recente *spot* relativo alla promozione dell'autovettura "DR5 Unica", pubblicato sul canale *Youtube* del professionista e diffuso su reti televisive nazionali, che attesta, ancora oggi, la centralità, nel *marketing* di DR Automobiles, del riferimento all'Italia come luogo di fabbricazione delle autovetture, quando in realtà le evidenze sopra riportate confermano che gli autoveicoli in questione vengono importati "finiti" dalla Cina e subiscono solo interventi marginali presso il sito industriale di Macchia d'Isernia<sup>97</sup>.

**153.** Tali elementi di confusorietà circa le attività materialmente svolte in Italia dal gruppo DR si rinvencono anche in un servizio del TG1 (andato in onda il 20 luglio 2023) nel quale lo stesso Professionista afferma che "*le auto nascono nel centro ricerca e sviluppo dove vengono disegnate e sviluppate*", e che il gruppo si occupa dell'"assemblaggio di componenti che vengono dall'estero" precisando, infine, che "*la fase industriale avviene in stabilimenti esteri, asiatici*" (i.e. cinesi) per poi concludere che "*presso i nostri stabilimenti [...] dove vengono completate e ultimate*".

**154.** In altri termini, il Professionista fornisce informazioni fuorvianti e confusorie sulle attività materialmente svolte in Italia dal momento che confonde, consapevolmente, le attività di rifinitura e completamento (effettivamente eseguite) da quelle di produzione e fabbricazione (svolte da costruttori cinesi); ovvero ha continuato a dare informazioni poco chiare sul fatto che le auto sarebbero disegnate e sviluppate in Italia e sul fatto che esse sarebbero comunque "assemblate" in Italia, circostanze entrambe non corrispondenti al vero.

---

*dal professionista sin dal primo contatto pubblicitario, attraverso il quale debbono essere messi a disposizione del consumatore gli elementi essenziali per un'immediata percezione della offerta economica pubblicizzata (cfr., fra le tante, Cons. Stato, Sez. VI, 15/7/2019, n. 4976; 23/5/2019, n. 3347; 10/12/2014, n. 6050; 22/7/2014, n. 3896)" o, ancora, si veda Consiglio di Stato, VI, 10 dicembre 2020, n. 7852, secondo cui "[...] il principio di chiarezza e completezza nelle comunicazioni pubblicitarie si impone fin dal primo contatto o "aggancio" con il consumatore che deve essere posto nelle condizioni di poter valutare l'offerta economica nei suoi elementi essenziali al fine di percepirla con chiarezza la portata e poter conseguentemente operare una consapevole scelta economica (cfr. ad es. Consiglio di Stato sez. VI, 15 ottobre 2020 n. 6233)".*

<sup>97</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 13 marzo 2024.

**155.** Da ultimo, appare significativo in ordine al ruolo centrale dell'italianità nella promozione dei veicoli DR che, in una fase avanzata del presente procedimento istruttorio, si è continuato ad utilizzare il *claim* “*una storia italiana*” accompagnato dal tricolore (diffuso tramite i pannelli pubblicitari presenti a bordo campo e recanti la c.d. pubblicità perimetrale nel corso dell'incontro di calcio Lecce-Roma del 1° aprile 2024), nell'ambito della strategia promozionale del Professionista<sup>98</sup>.

*b) L'origine dei veicoli commercializzati a marchio DR ed EVO*

**156.** Come sopra indicato, la prima pratica commerciale ascrivibile a DR Automobiles S.r.l. si articola in una serie di condotte poste in essere nella fase precontrattuale e consistenti nella diffusione di informazioni ingannevoli volte ad accreditare la tesi che gli autoveicoli commercializzati a marchio DR ed EVO sono materialmente costruiti ed assemblati in Italia, presso il sito industriale di Macchia d'Isernia (IS).

**157.** In realtà, come sopra ampiamente documentato e riscontrabile dai contratti di fornitura sottoscritti da DR<sup>99</sup>, le automobili in questione vengono importate “*finite*” dalle società *CHERY, JAC e BAIC* che le producono presso i propri stabilimenti siti in Cina. I meri *interventi di rifinitura e completamento* effettuati presso lo stabilimento molisano - dove non esiste alcuna “catena di montaggio” per la costruzione e l'assemblaggio completo delle autovetture a marchio DR o EVO - attengono a lavorazioni che, sul complesso delle attività di costruzione e assemblaggio degli autoveicoli, sono marginali e riguardano autoveicoli che giungono completi e marcianti dalla Cina.

**158.** A tale proposito, appare priva di pregio la tesi ripetutamente espressa nelle difese del Professionista e volta a radicare l'asserita “*italianità*” sulla circostanza che le autovetture DR ed EVO sarebbero “*integralmente disegnate e progettate*” in Italia; invero, tale affermazione del Professionista non è stata minimamente dimostrata nel corso della presente istruttoria. Inoltre, la copiosa documentazione fotografica sopra riportata attesta che i modelli commercializzati da DR sono pressoché identici a quelli prodotti e commercializzati a marchio Chery<sup>100</sup>. Pertanto, a meno che non si voglia sostenere che il Professionista effettuò la progettazione e il *design* anche per conto dei colossi cinesi *CHERY, JAC e BAIC* e per i veicoli da questi ultimi

---

<sup>98</sup> Cfr. verbale acquisizione atti del 4 aprile 2024 “*Video estratto da youtube e lo screenshot highlights Lecce-Roma I°*”.

<sup>99</sup> Cfr. docc. nn. 3, 5 e 6 e 7 del fascicolo ispettivo.

<sup>100</sup> Si vedano le fotografie nn. 21 e 22 riportate al punto n. 59 del presente provvedimento.

commercializzati autonomamente (e neppure il Professionista si spinge a tanto), l'affermazione che DR effettui attività di integrale progettazione e *design* degli autoveicoli in questione appare, anche sotto questo profilo, destituita di ogni fondamento.

**159.** In ogni caso, mentre i predetti video del dicembre 2021 (l'uno, denominato "*Ecco dove e come nascono le automobili di DR Automobiles*") e del 2022 (l'altro, denominato "*Grazie Italia*") indicavano in maniera diretta, con un esplicito *mix* di testi e immagini, che la fabbricazione delle autovetture avveniva sin dalla fase iniziale (della saldatura delle lamiere) in Italia, nel corso dell'istruttoria, il Professionista stesso ha riconosciuto implicitamente l'ingannevolezza di tale rappresentazione, affermando espressamente che le vetture vengono prodotte in Cina da costruttori ad esso legati da accordi contrattuali (acquisiti nel corso dell'accertamento ispettivo)<sup>101</sup>.

**160.** Inoltre, ove residuassero dubbi circa l'effettiva provenienza dalla Cina degli autoveicoli "finiti", la tabella di equivalenza<sup>102</sup>, acquisita in sede ispettiva e utilizzata per la verifica dei costi di acquisto sostenuti da DR nei confronti di Chery e di quelli di finitura riconosciuti alla DR Motor, prova inequivocabilmente il fatto che oggetto di importazione sono veicoli "finiti" al punto da avere una propria denominazione da parte del costruttore cinese che, peraltro, ne cura l'autonoma commercializzazione (in Cina e in altri Paesi) rispetto a quella effettuata da DR.

**161.** Ancora, tornando allo stato in cui le autovetture giungono presso il sito di Macchia d'Isernia, la documentazione fotografica acquisita con la collaborazione della Guardia di Finanza nel corso dell'accertamento ispettivo presso i piazzali di stoccaggio di DR, dimostra in maniera inequivoca che gli autoveicoli in questione giungono presso il citato sito DR molisano "finiti"<sup>103</sup>.

**162.** Quanto al rilievo quantitativo delle attività che si svolgono presso il sito molisano, l'analisi svolta sulla documentazione contabile restituisce un quadro che certifica la portata limitata e circoscritta di tali interventi. In particolare, il significativo campione esaminato (settantadue su centocinquanta due autovetture presenti nella fattura dianzi esaminata) ha consentito di verificare che i costi sostenuti per tali interventi di completamento ammontano a poco più del 10% del valore complessivo dell'autovettura.

**163.** Tale circostanza coincide con quanto affermato dallo stesso dott. Di Risio che, nel corso delle attività ispettive, ha precisato che i dazi

---

<sup>101</sup> Cfr. docc. nn. 2, 4, 5, 6 e 7.

<sup>102</sup> Cfr. doc. n. 109 del fascicolo ispettivo.

<sup>103</sup> Cfr. docc. da n. 173 a n. 191 del fascicolo ispettivo.

all'importazione vengono corrisposti per veicoli “*finiti*” e marcianti e che le principali lavorazioni effettuate nel sito di Macchia d’Isernia, consistono nella (i) sostituzione della calandra frontale (ii) sostituzione dell’*airbag* nel volante, (iii) apposizione del numero di serie, (iv) montaggio dell’impianto GPL, per vetture che arrivano con alimentazione a benzina. È di tutta evidenza che, contrariamente a quanto affermato dalla difesa del Professionista, tali interventi non possano essere qualificati alla stregua di “*una fase importante del processo di fabbricazione*” (e men che meno alla stregua della fabbricazione degli autoveicoli stessi) ma rimangono limitati a mere azioni di finitura e completamento di autoveicoli importati finiti e marcianti.

**164.** In tal senso, appare inconferente il richiamo al Codice Doganale Aggiornato dal momento che in questa sede non viene contestato il mancato rispetto delle norme in esso contenute ma la violazione delle disposizioni del Codice del consumo in materia di pratiche commerciali scorrette con riferimento a messaggi pubblicitari volti ad affermare, contrariamente al vero, che le autovetture DR ed EVO siano fabbricate in Italia. Peraltro, da quanto sopra, emerge che non si possano neppure definire “*una fase importante del processo di fabbricazione*” gli interventi di mera rifinitura e completamento sopra descritti<sup>104</sup>.

**165.** In merito alle attività di verifica, adeguamento normativo e omologazione svolte da DR, queste non fanno che confermare la circostanza che esse hanno per oggetto autoveicoli risultati alle operazioni doganali “*finiti*” e “*marcianti*” e che necessitano di essere semplicemente adeguati agli *standard* normativi previsti per essere commercializzati in Italia.

**166.** Pertanto, le evidenze agli atti - tra cui i contratti con i costruttori cinesi - confermano che le autovetture commercializzate in Italia a marchio DR ed EVO vengono fabbricate, tra l’altro, presso gli stabilimenti cinesi della società Chery (ed altre società) che le vende a DR dietro pagamento di un corrispettivo. Successivamente, DR Automobiles, una volta effettuati su tali veicoli finiti, interventi marginali di completamento e rifinitura, ne cura la mera commercializzazione attraverso le controllate DR Italia S.r.l. e Evo Italia S.r.l..

**167.** In conclusione, l’insieme dei comportamenti posta in essere da DR Automobiles S.r.l. integra, relativamente alla pratica A), una pratica commerciale scorretta, connotata da elementi di ingannevolezza, consistente nella ingannevole rappresentazione e pubblicizzazione dell’Italia come luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO in violazione degli articoli

---

<sup>104</sup> Cfr. prot. n. 78083/2023 del 29 settembre 2023.

20, 21, 22 del Codice del consumo. Rileva, altresì, la natura di illecito di pericolo delle pratiche commerciali scorrette.

***Pratica B) - Modalità di gestione della fase di assistenza post-vendita successiva all'acquisto***

**168.** La seconda pratica commerciale ascrivibile alla DR Service & Parts S.r.l. nonché alla DR Automobiles S.r.l., sia in proprio, sia a titolo di c.d. “*parental liability*”, quale controllante al 98% della prima, riguarda la fase successiva all'acquisto e consta di condotte che si sostanziano nel mancato/non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e nella mancata/non adeguata assistenza *post-vendita*.

*a) La responsabilità della capo-gruppo DR AUTOMOBILES S.r.l.*

**169.** Preliminarmente, in riferimento alla imputabilità della Pratica B anche in capo a DR Automobiles S.r.l., contrariamente a quanto sostenuto da DR Automobiles, è opportuno evidenziare che nella gestione del servizio di assistenza post-vendita e delle attività di approvvigionamento e consegna dei pezzi di ricambio non vi è alcuna separazione sostanziale tra le attività poste in essere da DR Service & Parts S.r.l. e da DR Automobiles S.r.l.

**170.** In particolare, dalle verifiche effettuate d'ufficio nonché da quanto rilevato in sede ispettiva è emerso che: i) sulla base di visure camerali, risulta che DR Service & Parts S.r.l. e DR Automobiles S.r.l. hanno sede nello stesso luogo, condividono i medesimi locali aziendali e svolgono di fatto un'attività unitaria nell'approvvigionamento dei pezzi di ricambio; ii) tra le attività elencate nell'oggetto sociale di DR Automobiles S.r.l. compare anche “*l'esercizio del commercio [...] de[gli] accessori con gestione di officine meccaniche e di carrozzerie*” oltre che la “*gestione di strutture specializzate [...] per la preparazione di ordini e la spedizione al cliente finale*”, con la precisazione che “*la società può esplicare l'oggetto sociale si direttamente sia attraverso società controllate*”; iii) nelle comunicazioni di sollecito dei pezzi di ricambio - acquisite nell'ambito dell'accertamento ispettivo - inviate dai concessionari, compare frequentemente tra i destinatari anche la Direzione vendite di DR Automobiles S.r.l. (*direzionevendite@drautomobiles.it*) e, in ogni comunicazione di riscontro, l'ing. [omissis], responsabile del servizio post-vendita di DR Service & Parts S.r.l., firma come “*Group Aftersales Director di DR Automobiles S.r.l.*”.

**171.** Significative, sul punto, appaiono due comunicazioni acquisite nell'ambito dell'accertamento ispettivo nelle quali: i) in data 21 luglio

2023<sup>105</sup>, la sig.ra [omissis] di DR Automobiles S.r.l. trasmette a [omissis] (responsabile *marketing* di DR Automobiles S.r.l.) ed all'ing. [omissis] (responsabile *post-vendita* di DR Service & Parts S.r.l.) un documento (*follow up*) sul modello DR 6.0 evidenziando che “*La stragrande maggioranza dei Clienti lamenta, costantemente e insistentemente, la propria insoddisfazione per [...] la tempistica di attesa troppo lunga per i pezzi di ricambi (diversi casi relativi anche al mancato inserimento di ordini da parte dei Centri di assistenza DR)*”; ii) in data 9 ottobre 2023<sup>106</sup>, la dott.ssa [omissis] (amministratrice delegata di DR Automobiles S.r.l.), in riferimento a una lamentela sui lunghi tempi di fornitura dei pezzi di ricambio, sollecita un pronto intervento da parte dell'ing. [omissis] (responsabile *post-vendita* di DR Service & Parts S.r.l.) evidenziando che “*il rimpallo tra servizio clienti ed autofficina sia imbarazzante e molto poco professionale. Il cliente ha un problema e noi tergiversiamo chiedendo il numero di ordine*”. Rilevante risulta essere la risposta che viene data alla comunicazione del 9 ottobre 2023 nella quale l'ing. [omissis] comunica alla citata dott.ssa [omissis] (amministratrice delegata di DR Automobiles S.r.l.), che “*In realtà volevo sapere se ci fossero tempistiche certe, che però non abbiamo (le vetture fuori produzione per i cinesi spariscono dal radar in termini di ricambi)*”.

**172.** Ciò conferma la piena integrazione e il coinvolgimento di fatto di DR Automobiles S.r.l. nell'attività e nell'organizzazione del servizio di assistenza *post-vendita* e approvvigionamento dei pezzi di ricambio della controllata DR Service & Parts S.r.l..

*b) La gestione del servizio di assistenza post-vendita e le tempistiche di approvvigionamento e di fornitura dei pezzi di ricambio*

**173.** Per quanto concerne il servizio di assistenza *post-vendita*, dalle risultanze istruttorie è emerso come DR Service & Parts S.r.l. (quale soggetto che gestisce direttamente nei confronti delle officine autorizzate le attività connesse all'assistenza *post-vendita* oltre che all'approvvigionamento e alla fornitura dei pezzi di ricambio), e DR Automobiles S.r.l. (quale controllante della prima e attiva sostanzialmente nella medesima attività) non abbiano gestito e soddisfatto in maniera adeguata l'assistenza *post-vendita* e le richieste di pezzi di ricambio inoltrate dalle officine autorizzate e/o dai consumatori, almeno a partire dal 2022.

**174.** In particolare, una delle principali condotte poste in essere a danno dei consumatori riguarda l'impossibilità, per il mancato approvvigionamento di

---

<sup>105</sup> Cfr. doc. n. 336 fascicolo ispettivo.

<sup>106</sup> Cfr. doc. n. 343 fascicolo ispettivo.

pezzi di ricambio, di ricevere assistenza in relazione ad autoveicoli (talvolta appena acquistati) che necessitavano di interventi di manutenzione, anche in garanzia.

**175.** Dalla copiosa documentazione ispettiva, è emerso che si è verificata una notevole, e non sporadica, dilatazione dei tempi di attesa che i consumatori hanno dovuto sostenere per ottenere assistenza a causa della mancata/ritardata fornitura dei pezzi di ricambio necessari alla riparazione dei veicoli che, talvolta, ne compromettevano persino l'utilizzo<sup>107</sup>.

**176.** A tale proposito, appare priva di pregio la tesi sostenuta nelle difese dei professionisti secondo cui la condotta contestata non presenta l'elemento dell'aggressività in quanto inidonea a indurre il consumatore ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso. In primo luogo, vale sottolineare il fatto che l'acquisto degli autoveicoli DR ed EVO da parte dei consumatori è avvenuto in un contesto di informazioni non veritiere circa la loro fabbricazione in Italia, il che comportava il ragionevole affidamento sulla pronta disponibilità dei pezzi di ricambio dei veicoli stessi, ove necessari. In secondo luogo, la mancanza di pezzi di ricambi rappresenta un ostacolo alla fruizione e uso degli autoveicoli acquistati da parte dei consumatori, e costituisce un indebito condizionamento all'esercizio dei loro diritti. Sul punto, si richiama la copiosa corrispondenza acquisita in sede ispettiva dalla quale risulta che gli stessi concessionari/officine ufficiali DR/EVO segnalavano, per conto dei consumatori, le “*periodiche*”, “*innumerevoli*” situazioni di ritardo in grado di pregiudicare l'utilizzo quotidiano delle vetture o comprometterne la sicurezza<sup>108</sup>.

**177.** Il Professionista tenta di sostenere la tesi di una eccezionale, straordinaria, esogena nonché limitata situazione di difficoltà nella fornitura dei pezzi di ricambio - tesi che però non viene supportata da alcuna documentazione - evitando, al contempo, di confutare la copiosa documentazione acquisita in sede ispettiva e riguardante le numerose doglianze dei concessionari e riparatori facenti parte della rete autorizzata DR ed EVO.

**178.** A ben vedere, dall'analisi delle doglianze dei concessionari appartenenti alla rete ufficiale del Professionista, emerge una situazione di strutturale carenza dei pezzi di ricambio, spesso indisponibili, per svariati mesi (talvolta anni), tanto da costringere le officine della rete di assistenza addirittura a “*cannibalizzare*” autovetture nuove pronte per la vendita, smontando da esse ricambi altrimenti introvabili; trattasi di una situazione di cui i Professionisti erano ben consapevoli, da tempo.

---

<sup>107</sup> Cfr. docc. 330, 334, 338, 339, 340, 342, 343, 344 e 347 del fascicolo ispettivo.

<sup>108</sup> Cfr. docc. 330, 334, 338, 339, 340, 342, 343, 344 e 347 del fascicolo ispettivo.

**179.** Inoltre, la problematica della mancata assistenza post-vendita e della tardiva fornitura dei pezzi di ricambio, oltre ad essere ben nota sia a DR Automobiles S.r.l. che a DR Service & Parts S.r.l., come emerso dalle comunicazioni sopra richiamate, risulta essere aggravata dalla circostanza evidenziata dal ing. [omissis] (responsabile post-vendita di DR Service & Parts S.r.l.) in una e-mail del 9 ottobre 2023 indirizzata alla dott.ssa [omissis] (amministratrice delegata di DR Automobiles S.r.l.) secondo cui “le vetture fuori produzione per i cinesi spariscono dal radar in termini di ricambi”<sup>109</sup>. Da ciò sembra conseguire, nelle considerazioni di dipendenti apicali dei Professionisti stessi, l’indisponibilità dei pezzi di ricambio delle autovetture uscite di produzione in Cina.

**180.** Dalla documentazione analizzata nella precedente parte del provvedimento (sulle evidenze acquisite) è emersa, inoltre, una significativa carenza, se non totale assenza di adeguata formazione tecnica, da parte dei Professionisti, della rete di officine/concessionari dei veicoli a marchio DR ed EVO che avrebbe dovuto prestare assistenza post-vendita ai consumatori, come lamentato dai concessionari appartenenti alla rete ufficiale DR ed EVO.

**181.** In particolare, appare emblematico quanto evidenziato il 18 aprile 2023 da un concessionario DR al responsabile post-vendita di DR S&P S.r.l. laddove viene evidenziata l’inadeguatezza nella gestione del reparto commerciale (che spinge l’aumento delle vendite delle autovetture) rispetto alle esigenze, crescenti ed inevase, del reparto di assistenza post-vendita “quando, dal reparto commerciale riscontriamo il lancio continuo di nuovi prodotti, senza il supporto adeguato da parte del Service, non possiamo far altro che lanciare un’ulteriore allarme, in quanto la crescita del Postvendita non va a pari passo con quella commerciale”<sup>110</sup>. Tale doglianza trova conferma nella risposta del 19 aprile 2023 nella quale il responsabile post-vendita di DR S&P S.r.l., riconosce, nella sostanza, l’inadeguatezza della formazione finora riservata alle officine della rete dichiarando che “il piano d’azione [...] che stiamo già implementando [...] porterà il servizio offerto ai clienti del gruppo DR al livello adeguato ai marchi che vendiamo” e precisando, in particolare, che “il supporto tecnico è passato da 3 a 5 persone” e che “stiamo creando un portafogli di offerta di formazione tecnica [...] che sarà disponibile dopo l’estate”<sup>111</sup>.

**182.** L’assenza di formazione tecnica delle officine autorizzate rappresenta una problematica diffusa e risalente nel tempo come ben evidenziato nella doglianza di un altro concessionario secondo cui “A oggi, in quasi 6 anni che

---

<sup>109</sup> Cfr. doc. 343 del fascicolo ispettivo

<sup>110</sup> Cfr. doc. 330 del fascicolo ispettivo.

<sup>111</sup> Cfr. doc. 330 del fascicolo ispettivo.

siamo Concessionari, non abbiamo ricevuto alcun tipo di formazione tecnica sui veicoli che commercializziamo e che ripariamo, né su motori, né su trasmissioni, né su impianti Gpl, il nulla assoluto<sup>112</sup>.

**183.** Le criticità sulla assenza di formazione tecnica risultano ben evidenti nella comunicazione del 26 giugno 2023 nella quale un ulteriore concessionario appartenente alla rete del Professionista manifestava “preoccupazione riguardo ai problemi riscontrati con il vostro reparto gestioni garanzie e assistenza tecnica” sottolineando “l’assenza di una figura di ispettore tecnico che periodicamente visiti la rete per poter valutare insieme il da farsi a fronte di problematiche che continuiamo a riscontrare sulle vetture e alle quali non riusciamo a dare una risoluzione, nonostante l’applicazione delle procedure di volta in volta da voi indicateci. Ciò porta ad un’ulteriore insoddisfazione da parte dei clienti, che si sarebbero aspettati un servizio professionale e competente”<sup>113</sup>. Nella risposta del 27 giugno 2023 del responsabile post-vendita di DR S&P S.r.l. alla citata comunicazione vi è la conferma della chiara consapevolezza del Professionista sul tali criticità; in essa si riconosce che “ci sono dei ritardi di risposta dovuti ad un incremento di attività importante, a cui porremo rimedio velocemente con l’aumento di organico” e che “la valutazione di problematiche tecniche riscontrate in rete continuerà ad essere fatta in remoto, con sporadici interventi fisici sul territorio solo ed esclusivamente in casi eccezionali. La via che useremo per velocizzare la soluzione delle problematiche tecniche è la creazione, in autunno, di un portafoglio training, così da fornire a tutta la rete la possibilità di procedere con la diagnosi e riparazione senza ricorrere al supporto tecnico, se non in casi realmente eccezionali: ciò comporterà la definitiva velocizzazione del lavoro in officina. Questa strategia renderà molto più autonoma la rete nella soluzione dei problemi”<sup>114</sup>. Ci si riferisce a soluzioni (“portafoglio training”) da adottarsi diversi mesi dopo (“in autunno”).

**184.** Le criticità nella formazione tecnica della rete di officine/concessionari autorizzati, portava, inoltre, il responsabile post-vendita di DR S&P s.r.l., a dover assicurare, in due comunicazioni, il medesimo referente di una officina autorizzata in Sicilia, dapprima, in data 7 agosto 2023 (“in settimana firmiamo il contratto per sviluppare il training e quindi da fine ottobre saremo in grado di costruire una base di conoscenze tecniche direttamente in rete, così da ridurre la pressione sul gruppo del supporto tecnico. Il bicchiere

---

<sup>112</sup> Cfr. doc. 330 del fascicolo ispettivo.

<sup>113</sup> Cfr. doc. 340 del fascicolo ispettivo.

<sup>114</sup> Cfr. doc. 340 del fascicolo ispettivo.

è mezzo, vediamo di riempirlo anche di più”)<sup>115</sup> e, successivamente, in data 7 settembre 2023 (“siamo estremamente oberati di lavoro, perciò non abbiamo il tempo di elencare le innumerevoli volte in cui il Supporto Tecnico viene contattato con richieste a dir poco stupide (“come si setta l’orologio della vettura?”) o con richieste di informazioni presenti nella manualistica tecnica, oppure quando ci sono ritardi nell’effettuare le operazioni da noi richieste (varie lettere legali scaturiscono dalla mancata ottemperanza del concessionario nell’effettuare le diagnosi, oppure le prove, oppure gli ordini dei ricambi). Il tutto per dire che la verità sta sempre nel mezzo. L’attività di training che partirà nei prossimi mesi servirà a ridurre tali richieste e a velocizzare l’interlocuzione con i nostri ingegneri”)<sup>116</sup>. Come emerge da questo documento, l’avvio dell’attività di *training*, alla data del 7 settembre 2023, viene di fatto spostata in avanti in maniera indefinita (“partirà nei prossimi mesi”).

**185.** Quanto sopra, unitamente alle segnalazioni dei consumatori, dimostra che i Professionisti se, da un lato, hanno fortemente investito sulle attività promozionali per aumentare la vendita delle autovetture a marchi DR ed EVO, dall’altro, non hanno parimenti investito sull’assistenza *post-vendita* in termini di formazione tecnica delle officine autorizzate e di adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio a fronte di un parco veicoli circolante in costante aumento.

**186.** Ciò detto, in riferimento alle criticità nell’approvvigionamento dei pezzi di ricambio, non appare attinente al caso di specie quanto genericamente sostenuto dai Professionisti secondo cui tutto il settore *automotive* sia stato travolto da una generalizzata difficoltà nell’approvvigionamento dei pezzi di ricambio a causa dell’emergenza pandemica nonché dei contingenti scenari internazionali; ciò in quanto, a differenza di altri concorrenti, DR ha costruito parte del suo successo imprenditoriale sulla stipula di proficui accordi commerciali con produttori di auto cinesi attraverso i quali è stata in grado di importare in Italia - attraverso le medesime modalità di trasporto con cui sarebbero potuti arrivare pezzi di ricambio in numero adeguato (*i.e. containers* su navi) - decine di migliaia di vetture dal 2020.

**187.** In altri termini, non si comprende come, secondo quanto asserisce il Professionista, la contingenza pandemica possa aver inficiato esclusivamente l’approvvigionamento dei pezzi di ricambio e non anche l’importazione delle autovetture dalla Cina, tra l’altro, dai produttori degli stessi pezzi di ricambio. In ogni caso, tale spiegazione non è stata fornita dal professionista nel corso dell’istruttoria, né tantomeno provata.

---

<sup>115</sup> Cfr. doc. 344 del fascicolo ispettivo.

<sup>116</sup> Cfr. doc. 342 del fascicolo ispettivo.

**188.** A ciò deve aggiungersi che risulta privo di pregio e fuorviante quanto asserito dal Professionista in rapporto all'inaspettato aumento del numero di veicoli venduti da un anno all'altro. Invero, l'incremento delle vendite è stato fortemente voluto dal Professionista che ha svolto intense campagne di *marketing* per la promozione delle vetture a marchio DR ed EVO in Italia, almeno a partire dal dicembre 2021, tra l'altro, puntando proprio sulla loro asserita origine italiana, come si è dimostrato dinnanzi. DR avrebbe ben potuto/dovuto (diligentemente) incrementare gli ordini dei pezzi di ricambio e rafforzare l'assistenza *post-vendita* di pari passo con l'aumento delle vendite; ha, invece, preferito privilegiare l'incremento della vendita degli autoveicoli, senz'altro più profittevole, rispetto alla gestione del *post-vendita* e all'approvvigionamento dei pezzi di ricambio necessari al crescente parco di veicoli circolante. Così facendo, il Professionista ha operato una precisa scelta, assumendosene le relative responsabilità alla luce delle norme del Codice del consumo.

**189.** In particolare, l'aumento progressivo del numero delle vetture vendute a partire dal 2021<sup>117</sup> - amplificato nel 2022 e 2023 dalle campagne pubblicitarie incentrate sull'italianità adottate a partire dal dicembre 2021 - conferma semmai come il Professionista non abbia diligentemente pianificato e gestito la successiva fase *post-vendita* in quanto non si è dotato, per tempo e parallelamente alle accresciute vendite, di un magazzino ricambi adeguato e proporzionato al parco delle autovetture circolanti; né che il Professionista abbia curato la formazione tecnica della rete di concessionari/officine che avrebbe dovuto prestare assistenza ai consumatori.

**190.** Un ulteriore elemento di mancanza di diligenza è rappresentato dalla circostanza, emersa in sede ispettiva, per cui il Professionista, a fronte di un aumento significativo delle vendite, non si sia dotato di un sistema adeguato di gestione e monitoraggio degli ordini dei pezzi di ricambio in grado, da una parte, di anticipare il fabbisogno di pezzi di ricambio che, in prospettiva, si sarebbe presentato e, dall'altro, di dare risposte certe, e non evasive, sugli effettivi tempi di consegna dei ricambi ordinati<sup>118</sup>.

**191.** Nel merito, le controdeduzioni del Professionista sull'asserita errata valutazione dei dati sui tempi di evasione degli ordini dei pezzi di ricambio, indicati nella tabella n. 1 riprodotta a pagina 16 della comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria<sup>119</sup>, rappresentano una mera

---

<sup>117</sup> Il Professionista nel 2021 ha venduto 8.362 vetture, nel 2022 ha venduto 24.481 vetture e nel 2023 ha venduto 32.657 vetture, facendo registrare un aumento nel 2022 del 192% rispetto al 2021 e nel 2023 del 52% rispetto al 2022. Ciò ha comportato un aumento notevolissimo del fatturato, come indicato nella parte delle evidenze acquisite.

<sup>118</sup> Cfr. verbale di accertamento ispettivo del 19 ottobre 2023.

<sup>119</sup> Cfr. prot. n. 33073/2024.

affermazione di parte, per di più non sorretta da alcuna evidenza documentale in grado di smentire la ricostruzione fatta sulla base dei dati forniti dallo stesso Professionista.

**192.** Dall'altra parte, viene confermata l'assenza di gestione e monitoraggio dei pezzi di ricambio nella misura in cui, in riferimento agli ordini classificati "senza consegna" (in quanto dai dati forniti è assente una data di consegna), il Professionista tenta, elencando una serie di mere ipotesi o casistiche, di ricondurli nell'ambito della gestione ordinaria (*"in quanto si riferisce in molti casi a ordini successivamente evasi, anche secondo tempistiche ordinarie in quanto relativi a ordini trasmessi nella parte finale dell'anno ed evasi nei primi mesi del 2024 o comunque successivamente alla data della risposta a richiesta d'informazioni; senza considerare il numero di linee ordini "non attive", in quanto relative a richieste successivamente cancellate dal concessionario perché inerenti a linee ordini successivamente reiterate (ad. es. mediante inserimento in nuovo ordine) o già soddisfatte mediante il ricorso ad altri canali di fornitura ovvero ancora mediante modalità alternative di risoluzione del problema (es. aggiornamento del software)"*<sup>120</sup>.

**193.** Ciò a riprova del fatto che, presso la sede di DR Automobiles S.r.l. e di DR Service & Parts S.r.l., non vi fosse un adeguato sistema di monitoraggio su tale profilo e, oltretutto, che il sistema (centralizzato) di gestione degli ordini dei pezzi di ricambio inoltrati dalle officine autorizzate, risultasse assolutamente inidoneo ed insufficiente in rapporto alla dimensione del Professionista, al crescente numero delle autovetture vendute e circolanti nonché alle richieste di assistenza post-vendita da gestire.

**194.** Le lamentele delle numerose officine autorizzate DR e EVO presenti su tutto il territorio nazionale hanno confermato come l'inadeguato approvvigionamento e la conseguente mancata/ritardata fornitura dei pezzi di ricambio alle officine costituisca un grave problema di natura strutturale – e non eccezionale - che ha interessato DR Automobiles S.r.l., nonché la controllata DR Service & Parts S.r.l., già a partire dal 2022.

**195.** Tali problematiche trovano ampio e pieno riscontro in numerosi documenti ispettivi nei quali viene rappresentata l'ingestibile situazione nel rapporto con i consumatori che risultano subire lunghe attese che spesso rendono inutilizzabili - per la mancanza dei pezzi di ricambio - i loro veicoli DR ed EVO, a seguito di rotture (anche in garanzia) o di banali incidenti, con officine autorizzate/concessionari costretti addirittura a smontare pezzi di

---

<sup>120</sup> Cfr. prot. n. 39504/2024, pag. 26.

ricambio da vetture in pronta consegna destinate alla vendita, per reperire i pezzi necessari per le auto in assistenza<sup>121</sup>.

**196.** Pertanto, dall'istruttoria emerge che DR Automobiles e la controllata, DR Service & Parts S.r.l. sono venute meno - in maniera consapevole - ai loro obblighi di assistenza post-vendita, costringendo i consumatori a lunghe attese (per svariati mesi, talvolta anche anni) dei pezzi di ricambio e/o ripetuti tentativi per ottenere una qualche forma di assistenza, anche a causa della carente formazione tecnica di concessionari e officine autorizzate. Ciò si è manifestato anche nelle ipotesi di contatto a mezzo *e-mail* rispetto alle quali i consumatori hanno lamentato risposte evasive e inidonee a fornire un puntuale riscontro alle specifiche lamentate e/o altre richieste di varia natura.

**197.** Le condotte qui rilevate sono connotate da significativa gravità in quanto DR Automobiles, e la controllata DR Service & Parts S.r.l., come ampiamente dimostrato dalla copiosa documentazione acquisita, erano pienamente consapevoli di tutte le criticità relative tanto all'assistenza post-vendita e all'approvvigionamento dei pezzi di ricambio dei veicoli, quanto alle possibili conseguenze in termini di disagi per i consumatori; nonostante tale consapevolezza, DR Automobiles ha proseguito la vendita dei suoi autoveicoli, in quantitativi crescenti nel tempo, lasciando privi di assistenza i consumatori, i quali hanno incontrato notevoli ostacoli rispetto alla possibilità di esercitare i propri diritti contrattuali, inclusi quelli legati alla garanzia legale di conformità.

**198.** Infine, come dianzi accennato, sulla scelta del consumatore di acquistare una vettura asseritamente "italiana" - come ingannevolmente rappresentato nella comunicazione commerciale di DR ed EVO - ha ragionevolmente inciso anche il convincimento di poter ricevere assistenza *post-vendita* in tempi contenuti, confidando nella disponibilità dei pezzi di ricambio proprio in considerazione della ubicazione sul territorio nazionale della produzione delle autovetture.

**199.** Tali comportamenti, complessivamente considerati, alla luce delle risultanze istruttorie, costituiscono una pratica commerciale scorretta, posta in essere in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e connotata da aggressività in quanto idonea a limitare considerevolmente l'utilizzo degli autoveicoli nonché ad ostacolare l'esercizio dei diritti dei consumatori, tra cui quello di ricevere un'adeguata assistenza *post-vendita*, anche nell'ambito della garanzia legale di conformità del prodotto acquistato (*ex* articolo 128 ss. Codice del

---

<sup>121</sup> Cfr. doc. 330 del fascicolo ispettivo.

consumo). Rileva, altresì, la natura di illecito di pericolo delle pratiche commerciali scorrette.

### *iii) Sul rigetto degli impegni*

**200.** L'Autorità, nel corso dell'istruttoria, ha rigettato gli impegni presentati dai Professionisti in quanto relativi a condotte che, ove accertate, avrebbero potuto integrare fattispecie di pratiche commerciali “*manifestamente scorrette e gravi*”, per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, non può trovare applicazione.

**201.** L'Autorità ha, inoltre, manifestato l'interesse a procedere all'accertamento in considerazione della particolarità e rilevanza della condotta, nonché della novità della stessa.

**202.** Appare priva di pregio la doglianza connessa al rigetto degli impegni proposti dai professionisti dal momento che tale modalità di conclusione del procedimento è preclusa nei casi di manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale.

**203.** Analogamente, non è condivisibile la tesi sostenuta nelle difese dei Professionisti secondo cui la decisione di accoglimento degli impegni del fascicolo PS12483 (ADBLUE/CITROEN) vincolerebbe l'Autorità a dover accoglierli anche nel caso in esame. Invero, fermo restando che, come chiarito più volte dal giudice amministrativo, l'Autorità gode di un'ampia discrezionalità in materia di impegni, le condotte oggetto del presente procedimento sono completamente diverse da quelle del procedimento PS12483, il che rende inappropriato qualsiasi confronto.

### *iv) Conclusioni*

**204.** Le condotte sopra descritte ed analizzate, non solo appaiono gravemente difformi al normale grado della specifica diligenza, competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori possono attendersi dai Professionisti nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede, ma integrano due distinte pratiche commerciali scorrette consistenti: (i) nella ingannevole rappresentazione e pubblicizzazione dell'Italia come luogo di produzione delle vetture a marchio DR ed EVO (“Pratica A”) in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo e (ii) nel non adeguato approvvigionamento dei pezzi di ricambio e nella mancata fornitura di adeguata assistenza *post-vendita* (“Pratica B”) in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**205.** Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione<sup>122</sup>.

**206.** In caso di procedimento che abbia a oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr., tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

**207.** Per la quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

**208.** Con riguardo alla gravità delle violazioni poste in essere da DR Automobiles S.r.l., si tiene conto della rilevante dimensione economica dell'operatore il cui fatturato, dai dati forniti dallo stesso, risulta essere, in riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, pari a 657.268.161 euro, con un MOL di 45.636.518 euro e un utile, al netto delle imposte, pari a 18.343.854 euro<sup>123</sup>. Con riguardo, invece, alla gravità delle violazioni poste in essere da DR Service & Parts S.r.l., si tiene conto della rilevante dimensione economica dell'operatore il cui fatturato, dai dati forniti dallo stesso, risulta essere, in riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, pari a 14.440.601 euro, con un MOL di 1.852.842 euro e un utile, al netto delle imposte, pari a 1.076.465 euro.

**209.** Per entrambe le società, si tiene conto: i) del significativo, oltre che repentino, aumento dal 2022, anche grazie all'efficacia delle comunicazioni commerciali sulla asserita "italianità" delle autovetture del numero di autovetture vendute e circolanti, nella misura del 192% nel 2022 e del 52% nel 2023; ii) dello sfruttamento della notorietà e della credibilità acquisita presso il pubblico; iii) della specificità del settore *automotive*, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria rispetto ai

---

<sup>122</sup> L'importo massimo della sanzione è stato innalzato da 5 a 10 milioni di euro dal D.Lgs. n. 26/2023, entrato in vigore in data 2 aprile 2023.

<sup>123</sup> Cifra ottenuta applicando all'utile lordo stimato un *tax rating* del 30%.

venditori, accresciuta nel caso in esame dalla condotta ingannevole dianzi esaminata; iv) dell'ampia diffusione delle condotte illecite, in ragione delle informazioni veicolate a mezzo *internet*, dotate della capacità di raggiungere rapidamente un numero elevatissimo di consumatori localizzati sull'intero territorio nazionale.

**210.** Con specifico riferimento alla pratica A), ai fini della valutazione in termini di gravità della fattispecie, rilevano, altresì, la pluralità delle condotte scorrette riscontrate e la specifica tipologia delle infrazioni le quali oltre ad incidere su una fase molto delicata del rapporto di consumo, quella del primo contatto pubblicitario in cui si verifica l'effetto "aggancio" del consumatore sulla base della prospettazione delle caratteristiche dell'offerta commerciale, sono connotate da un significativo grado di offensività in ragione delle modalità utilizzate. La condotta ingannevole, inoltre, è stata posta in essere a partire almeno dal dicembre 2021 ed è coincisa con la fase di maggiore espansione dei marchi DR e EVO nel mercato italiano con un notevole incremento delle autovetture vendute (aumentate del 192% nel 2022 e del 52% nel 2023) e del fatturato passato da euro 139.268.134 nel 2021 a euro 657.268.161 nel 2023.

**211.** Infine, va considerato che la pratica A), posta in essere dalla società DR Automobiles S.r.l. a partire almeno dal dicembre 2021, si è protratta ben oltre la data di entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 26/2023 ed è ancora in corso nella misura in cui, diversamente da quanto riferito per altre comunicazioni commerciali sull'italianità, risultano ancora pubblicati *online* i video promozionali "*Grazie Italia*"<sup>124</sup> e quello relativo a "DR5 Unica"<sup>125</sup>; inoltre, risulta che, contrariamente a quanto comunicato dal Professionista, sul sito *internet* <https://www.auto-evo.com/> il tricolore sia ancora parte del marchio EVO.

**212.** Sulla base di tali elementi, per la pratica A), si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società DR Automobiles S.r.l. nella misura di euro 3.000.000 (tremilioni/00).

**213.** Con specifico riferimento alla pratica B), ai fini della valutazione in termini di gravità della fattispecie, rilevano, altresì, la pluralità delle condotte scorrette riscontrate e la specifica tipologia delle infrazioni in ragione della mancata o carente assistenza post-vendita e formazione tecnica di chi avrebbe dovuto prestarla, del mancato o inadeguato approvvigionamento e fornitura dei pezzi di ricambio (ritardi progressivamente aumentati a partire

---

<sup>124</sup> Cfr. [https://www.youtube.com/watch?v=OvF\\_4IL5CJM](https://www.youtube.com/watch?v=OvF_4IL5CJM).

<sup>125</sup> Cfr. <https://www.youtube.com/watch?v=jwy5sN8-aaY>.

dal 2022), nonché delle carenti informazioni sullo stato della spedizione dei prodotti fornite dal servizio clienti alle medesime officine.

**214.** Infine, va considerato che la pratica B), posta in essere dalle società DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l. a partire almeno dal 2022, si è protratta ben oltre la data di entrata in vigore del Decreto Legislativo n. 26/2023 ed è in corso nella misura in cui ancora pervengono segnalazioni di consumatori<sup>126</sup> e segnalazioni continuano a essere pubblicate sui siti di recensioni e di associazioni di consumatori<sup>127</sup>, riguardanti la mancata assistenza post-vendita e la mancata o ritardata fornitura di pezzi di ricambio.

**215.** Sulla base di tali elementi, per la pratica B), si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alle società DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l., in solido tra loro, nella misura di euro 3.000.000 (tremilioni/00).

RITENUTO, pertanto, alla luce anche del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale (A) in esame, posta in essere da DR Automobiles S.r.l., risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, 22, del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori circa alcune rilevanti caratteristiche delle autovetture commercializzate a marchi DR ed EVO, nonché in grado di limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto, inducendoli per tale via ad assumere una decisione commerciale per l'acquisto e il pagamento di un prodotto che non avrebbero altrimenti preso;

RITENUTO, pertanto, alla luce anche del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale (B) in esame, posta in essere da DR Automobiles S.r.l. e da DR Service & Parts S.r.l., risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione al prodotto, nonché ad ostacolare l'esercizio dei diritti dei consumatori, compresi il diritto di ottenere la riparazione dell'automobile e un'adeguata assistenza post-vendita;

---

<sup>126</sup> Cfr. prot. n. 43225/2024, del 29 aprile 2024.

<sup>127</sup> Cfr. <https://it.trustpilot.com/review/drautomobiles.com>; <https://www.altroconsumo.it/reclamare/bacheca-dei-reclami?companyId=30D8C380-72FBA720D>.

## DELIBERA

- a) che la pratica commerciale *sub* lettera A) del presente provvedimento, posta in essere da DR Automobiles S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo e ne vieta la diffusione o la continuazione;
- b) che la pratica commerciale *sub* lettera B) del presente provvedimento, posta in essere sia da DR Automobiles S.r.l. sia DR Service & Parts S.r.l. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo, e ne vieta la diffusione o la continuazione;
- c) di irrogare alla società DR Automobiles S.r.l., per la violazione di cui al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di euro 3.000.000 (tremilioni/00);
- d) di irrogare alle società DR Automobiles S.r.l. e DR Service & Parts S.r.l., in solido tra loro, per la violazione di cui al punto b), una sanzione amministrativa pecuniaria di euro 3.000.000 (tremilioni/00);
- e) che i professionisti comunichino all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell’allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell’Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* [www.agenziaentrate.gov.it](http://www.agenziaentrate.gov.it).

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell’adempimento, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a

decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*