



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# Bollettino

Settimanale

Anno XXX - n. 15

**Publicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
14 aprile 2020**



## SOMMARIO

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	5
AS1654 - COSTI INDICATIVI DI RIFERIMENTO DELL'AUTOTRASPORTO	5
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	7
PS11650 - PNEUMATICONE-MANCATA CONSEGNA	
<i>Provvedimento n. 28201</i>	7
IP332 - SIXTHCONTINENT-MANCATO RICONOSCIMENTO CREDITI	
<i>Provvedimento n. 28214</i>	13
PS11732 - OXYSTORE-VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA	
<i>Provvedimento n. 28217</i>	20
PS11734 - WISH-VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA	
<i>Provvedimento n. 28218</i>	25
PS11736 - TIGER SHOP / VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA	
<i>Provvedimento n. 28219</i>	30



## ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

### AS1654 - COSTI INDICATIVI DI RIFERIMENTO DELL'AUTOTRASPORTO

Roma, 26 febbraio 2020

Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti

In data 24 gennaio 2020 è pervenuta all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito Autorità) una richiesta di parere ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90 da parte del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (di seguito anche Ministero).

Nella sua richiesta di parere il Ministero sottopone l'impostazione metodologica per lo schema di definizione dei costi indicativi di riferimento dell'autotrasporto per conto terzi, di cui all'art. 1, comma 250, della legge 23 dicembre 2014, n. 190, al fine di ottenerne una valutazione di compatibilità con la normativa a tutela della concorrenza da parte dell'Autorità.

Nello specifico, lo schema metodologico proposto distingue quattro classi di veicoli in base alla diversa massa complessiva, ovvero, rispettivamente: (a) fino a 3,5 ton, (b) tra 3,5 e 12 ton, (c) tra 12 e 26 ton, (d) oltre 26 ton.

Procede poi alla definizione delle seguenti quattro voci di costo a cui saranno associate altrettante forcelle di valori min/max:

- 1) veicolo a motore + rimorchio/semirimorchio (voce comprensiva di: acquisto, manutenzione, revisione, pneumatici, bollo e assicurazione);
- 2) ammortamento veicolo a motore (3-6 anni) + rimorchio/semirimorchio (8-12 anni);
- 3) lavoro (voce comprensiva di stipendio, trasferte e straordinari);
- 4) energia (voce comprensiva delle diverse possibilità di alimentazione).

Nella richiesta, oltre a fare diretto riferimento a quanto a suo tempo già indicato dall'Autorità con il proprio parere AS1355 del 1° febbraio 2017, il Ministero rappresenta come, in caso di nuovo parere positivo, provvederà ad affidare a un soggetto terzo, mediante procedura a evidenza pubblica, uno studio che consenta di determinare in maniera oggettiva i valori dei predetti costi indicativi.

Alla luce della normativa vigente e della giurisprudenza di riferimento, nonché di quanto a suo tempo già indicato nel citato parere AS1355, nella propria adunanza del 18 febbraio 2020, l'Autorità ha valutato nel complesso positivamente l'impostazione metodologica del nuovo schema sottoposto dal Ministero, in quanto suscettibile di mantenere sufficienti spazi per il confronto competitivo tra le imprese di autotrasporto nella definizione dei rispettivi prezzi. Infatti, la previsione di quattro

grandi categorie di costi non appare suscettibile di fornire alle imprese elementi di costo prestabiliti con eccessivo dettaglio, consentendo alle stesse di muoversi in uno spazio di offerta esteso, come tale rispettoso della autonomia negoziale.

Perché ciò avvenga, è tuttavia necessario che i valori di riferimento siano definiti in misura sufficientemente ampia sulla base di forcelle che tengano conto di un valore minimo e un valore massimo, a seguito di valutazioni oggettive.

A tale proposito, s'intende che la definizione dei suddetti valori potrà anche avvenire a cura di un soggetto terzo, purché esso sia a tutti gli effetti indipendente e professionalmente idoneo a tale compito.

Il presente parere sarà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/1990. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento del presente parere, precisandone i motivi.

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*

---

## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### PS11650 - PNEUMATICONE-MANCATA CONSEGNA

*Provvedimento n. 28201*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 17 marzo 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III e la Parte III, 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, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11650 del 14 febbraio 2020, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, nonché la violazione delle disposizioni di cui all'articolo 49, comma 1, lettere h), v), e agli articoli 52, 54 e 57 del medesimo Codice, poste in essere dalla società Pneumaticone 2016 S.L.;

VISTE le comunicazioni prodotte dalla società in data 18 e 26 febbraio 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

#### I. FATTO

**1.** In base alle numerose segnalazioni pervenute in Autorità a partire dal mese di giugno 2019, sia da parte di consumatori che di loro associazioni rappresentative (Federconsumatori), nonché alla documentazione acquisita d'ufficio, risulta che la società Pneumaticone 2016 S.L. (di seguito anche Professionista o Società) abbia posto in essere pratiche commerciali scorrette, nell'ambito dell'offerta di prodotti attraverso il proprio sito *www.pneumaticone.it*, consistenti nella diffusione di informazioni ingannevoli e omissive, nella mancata consegna dei prodotti acquistati e pagati dai consumatori al momento dell'ordine nonché nell'omissione del rimborso del corrispettivo versato a seguito dell'annullamento dell'ordine o dell'esercizio del diritto di recesso.

**2.** In particolare, il Professionista avrebbe diffuso informazioni non veritiere circa la disponibilità e i tempi di consegna dei prodotti offerti in vendita sul proprio sito *internet*, avrebbe opposto ostacoli di varia natura all'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori, nonché violato alcune disposizioni a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti a distanza, con specifico riferimento al diritto di recesso e agli obblighi informativi in tema di risoluzione extra-giudiziale delle controversie.

**3.** Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 14 febbraio 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11650, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché

ai sensi dell'art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di condotte illecite in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24, 25, 52, 54, 57, e 49, comma 1, lettere h) e v), del Codice del Consumo.

**4.** Parti del procedimento sono, in qualità di professionista, la società Pneumaticone 2016 S.L., operante nel commercio *on line* di gomme da strada e, in qualità di segnalante, Federconsumatori – Federazione Nazionale Consumatori e Utenti.

**5.** Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, la Parte è stata invitata, ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro 5 giorni dal suo ricevimento, al fine di valutare la sussistenza dei presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

**6.** In sintesi, le condotte contestate consistono nel proporre la vendita, attraverso il sito *web www.pneumaticone.it*, di prodotti (pneumatici) presentati come disponibili, impegnandosi a consegnarli entro 15 giorni lavorativi, salvo successivamente ometterne la consegna e non procedere al rimborso degli importi pagati in anticipo dai consumatori in relazione ai prodotti regolarmente acquistati *on line*<sup>1</sup>. In diversi casi, secondo quanto risulta in atti, il Professionista imputa il ritardo nella consegna a generiche difficoltà e/o problemi insorti con la logistica, offrendo comunque garanzie sulla effettiva della consegna dei prodotti ordinati e regolarmente pagati, o mostrandosi disponibile alla restituzione del prezzo pagato, salvo poi non eseguire quanto promesso.

**7.** Le condotte sopra descritte risultano attuate anche a distanza di mesi dall'acquisto, dalla conferma dell'ordine e dall'emissione della relativa fattura, e nonostante la ricezione di numerosi solleciti<sup>2</sup>. Peraltro, alcuni consumatori segnalano la difficoltà di contattare telefonicamente la Società nonché la mancata risposta alle richieste di informazioni, inviate per *e-mail* al fine di conoscere lo stato della spedizione del proprio ordine<sup>3</sup>.

**8.** Inoltre, dalla documentazione acquisita emerge che il Professionista, a fronte delle richieste di informazioni e dei reclami dei consumatori che lamentano la mancata consegna dei prodotti acquistati *on line*, da un lato, invia comunicazioni evasive nelle quali rassicura i consumatori circa l'imminente evasione degli ordini, dall'altro lato, omette la restituzione ai consumatori del prezzo pagato nonostante specifica richiesta di annullamento e/o rimborso e/o esercizio del diritto di recesso. Questo anche a distanza di mesi dalla ricezione dell'ordine del prodotto indisponibile e della richiesta di rimborso<sup>4</sup>. In alcuni casi, lo stato dell'ordine dei consumatori, pur in assenza di consegna del prodotto, risulta come "chiuso", lasciando presumere che sia andato a buon fine, laddove l'acquirente non ha ancora ricevuto la restituzione dell'importo già pagato per il prodotto non consegnato<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Si vedano, *ex multis*, le segnalazioni Prot. n. 20776 del 19 febbraio 2020, n. 10891 dell'8 gennaio 2020, n. 55730 del 16 agosto 2019, n. 54739 del 7 agosto 2019, n. 54597 del 6 agosto 2019, n. 46460 del 3 luglio 2019, n. 45313 del 28 giugno 2019.

<sup>2</sup> Cfr. anche le segnalazioni Prot. n. 15463 del 29 gennaio 2020, n. 16364 del 31 gennaio 2020, n. 18643 e n. 18465 del 10 febbraio 2020, n. 21334 del 20 febbraio 2020, n. 21630 del 21 febbraio 2020, n. 21746 del 24 febbraio 2020, n. 22084 del 24 febbraio 2020, n. 23769 del 2 marzo 2020.

<sup>3</sup> Cfr. segnalazioni Prot. n. 12228 del 15 gennaio 2020, n. 14182 del 23 gennaio 2020, n. 15740 del 29 gennaio 2020 e n. 20201 del 17 febbraio 2020.

<sup>4</sup> Si veda anche la segnalazione di Federconsumatori, Prot. n. 15463 del 29 gennaio 2020, che riporta le vicende di alcuni acquirenti e la segnalazione Prot. n. 24258 del 3 marzo 2020.

<sup>5</sup> Cfr., al riguardo, la segnalazione prot. 10999 del 9 gennaio 2020.



9. La descritta condotta sembra invero costituire l'effetto del *modus operandi* adottato dal Professionista, che ricorre al c.d. *dropshipping*, ossia un processo di vendita in base al quale il venditore si attiva per procurarsi il bene soltanto dopo aver ricevuto l'ordine di acquisto da parte dei consumatori, come espressamente indicato nelle proprie condizioni generali di contratto pubblicato sul sito aziendale<sup>6</sup>.

10. Infine, da verifiche effettuate sul sito *internet www.pneumaticone.it*, risulta che il Professionista ha adottato previsioni contrarie a quanto è normativamente previsto dal Codice del Consumo in merito al diritto di recesso nei contratti stipulati con i consumatori e agli obblighi informativi precontrattuali gravanti sul professionista nel caso di contratti negoziati a distanza, con specifico riguardo alle modalità di comunicazione della volontà di recedere dal contratto (circoscritte alla raccomandata con ricevuta di ritorno), all'applicazione di costi in caso di recesso, alla mancata disponibilità del modulo tipo per l'esercizio di tale diritto e all'assenza del *link* alla piattaforma per la risoluzione extra-giudiziale delle controversie.

## II. MEMORIE DELLE PARTI

11. A seguito della comunicazione di avvio del 14 febbraio 2020, con riferimento al procedimento cautelare, Pneumaticone 2016 S.L. ha depositato due note, pervenute, rispettivamente, in data 18 e 26 febbraio 2020.

12. Nell'ambito della prima comunicazione, il Professionista ha dichiarato di avere modificato, a fronte dei rilievi mossi dall'Autorità, il proprio sito *internet*.

13. Con la comunicazione inviata in data 26 febbraio 2020, successivamente all'esercizio del diritto di accesso agli atti, il Professionista ha trasmesso la dichiarazione dei redditi 2018, un documento contenente "*una situazione 2019-2020 in excel*" e un prospetto dei singoli clienti che hanno chiesto l'intervento dell'Autorità e che, a suo dire, sarebbero stati rimborsati.

14. Dall'esame del documento contenente "*una situazione 2019-2020 in excel*", emerge che il Professionista, nell'arco di tredici mesi - dal gennaio 2019 al gennaio 2020 - ha ricevuto complessivamente [50.000-100.000]\* ordini andati a buon fine, ossia effettivamente pagati dai consumatori, a fronte dei quali ha effettuato un numero ben inferiore di spedizioni, che hanno dato luogo in totale a [30.000-50.000] consegne, peraltro realizzate con tempistiche in media quasi sempre non rispettose del termine reclamizzato di 15 giorni lavorativi, soprattutto nei mesi di dicembre 2019 e gennaio 2020 (allorquando i tempi medi di consegna si attestano sui 25-35 giorni lavorativi).

15. In sostanza, dai dati prodotti dallo stesso Professionista trova esplicita conferma la mancata consegna da parte di Pneumaticone 2016 S.L., nell'arco temporale di circa 1 anno, di un elevatissimo numero di ordini ([10.000-30.000]), corrispondente a ben 1/3 dei prodotti acquistati *on line* e pagati

---

<sup>6</sup> Si vedano, al riguardo i "*Termini e condizioni d'uso*" pubblicati sul sito del Professionista alla pagina web <https://pneumaticone.it/termini-e-condizioni-di-utilizzo/>, in base ai quali: "*Tutti i pagamenti andranno effettuati in anticipo, senza eccezioni, e la merce acquistata dal Cliente Verrà incaricata ai nostri Fornitori / Logistiche solamente una volta verificato l'effettivo accredito*" (art. 4) e "*La Pneumaticone esegue l'ordinazione al fornitore o Logistica immediatamente appena ricevuto il pagamento dal cliente sulla base delle indicazioni fornite dal cliente, che ha l'obbligo di compilare correttamente i dati di spedizione e i dati per la fatturazione, nonché di corrispondere anticipatamente il prezzo degli pneumatici e se previste delle spese di consegna*" (art. 11).

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

anticipatamente dai consumatori. I dati forniti peraltro evidenziano un significativo incremento della percentuale di mancate consegne negli ultimi mesi, pari, rispettivamente, al 50% nel mese di novembre 2019, al 74% nel mese di dicembre 2019 e al 63% nel mese di gennaio 2020.

**16.** Infine, proprio con riferimento alla mancata consegna dei prodotti acquistati *on line* dai consumatori negli ultimi mesi, il Professionista ha dichiarato di non aver ancora dato seguito a un elevato numero di richieste di rimborso, pari a [300-500], e di aver rimborsato gli altri consumatori con tempistiche di circa 30 giorni solari, diversamente da quanto previsto dal Codice del Consumo.

### III. VALUTAZIONI

**17.** Sotto il profilo del *fumus boni iuris*, gli elementi sopra riportati inducono a ritenere sussistenti, *prima facie*, le condotte illecite descritte, in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24, 25, 52, 54, 57, e 49, comma 1, lettere h), v) del Codice del Consumo.

**18.** In base agli elementi allo stato acquisiti, assume precipuo rilievo la condotta che si sostanzia nella mancata consegna di una elevata percentuale di prodotti ordinati e pagati in anticipo dai consumatori (pari in media al 30% nell'arco di circa 1 anno), che poi si è anche tradotta nell'omesso o ritardato rimborso dell'importo corrisposto dai consumatori nei confronti di coloro che, a seguito di una serie di infruttuosi solleciti e di reclami, hanno annullato l'ordine.

**19.** In proposito, infatti, si rileva che nel sito *web www.pneumaticone.it* sono fornite informazioni ingannevoli e omissive in merito alla disponibilità immediata dei prodotti offerti in vendita e, quindi, ai tempi di consegna degli stessi (indicati in 15 giorni lavorativi), quando lo stesso Professionista prevede e dichiara nelle condizioni generali di contratto, come sopra visto, di procurarsi i beni solo a seguito dell'ordine e dell'avvenuto pagamento dei consumatori.

**20.** Inoltre, sulla base delle molteplici segnalazioni pervenute, i consumatori risultano ostacolati nell'esercizio dei loro diritti contrattuali, con particolare riguardo al rimborso dei pagamenti effettuati, data l'omessa o ritardata restituzione – a seguito dell'annullamento dell'ordine – dell'importo corrisposto all'atto dell'ordine di acquisto. In tali circostanze, come risulta dalla documentazione acquisita, il Professionista peraltro sembra adottare tecniche dilatorie consistenti nella mancata risposta alle richieste di informazioni sullo stato della consegna o alle istanze di rimborso, oppure nell'invio ai clienti reclamanti di risposte standardizzate dal contenuto evasivo e generico.

**21.** Ne consegue che le modalità informative adottate dal Professionista sul proprio sito *internet*, relative alla disponibilità immediata dei beni offerti *online* e ai tempi di consegna pari a 15 giorni lavorativi, si configurano, ad una prima delibazione, come ingannevoli e contrarie all'ordinaria diligenza professionale, in quanto idonee a indurre in errore i consumatori, inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso, dal momento che si determinano all'acquisto e al pagamento immediato di detti prodotti proprio in ragione delle indicazioni diffuse nel primo contatto sul sito aziendale, laddove i prodotti acquistati *online* non sono in realtà nella effettiva disponibilità del Professionista al momento della transazione e non sono poi consegnati nel rispetto delle tempistiche promesse.

**22.** Risultano, inoltre, scorrette le condotte ostruzionistiche poste in essere dal Professionista in relazione alla gestione delle richieste di rimborso e alla restituzione delle somme versate all'atto

dell'ordine di acquisto, essendo idonee a limitare in modo rilevante l'esercizio dei diritti contrattuali da parte dei consumatori.

**23.** Peraltro, alla luce degli elementi in atti, il comportamento del Professionista è connotato da una particolare gravità e scorrettezza stante il fatto che lo stesso percepisce immediatamente, già nel momento in cui il consumatore effettua l'ordine *online*, l'importo relativo al pagamento del prodotto pubblicizzato, ancor prima di averne l'effettiva disponibilità e quindi di effettuarne la spedizione, anche laddove il prodotto richieda tempi lunghi di consegna. In siffatte ipotesi, dunque, Pneumaticone 2016 S.L. trarrebbe un ingiustificato beneficio economico dall'immediata disponibilità dell'importo pagato dai consumatori, riversando sugli stessi il rischio della mancata disponibilità del bene.

**24.** Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che le condotte sopra descritte sono caratterizzate da un elevato grado di offensività in quanto il sito *www.pneumaticone.it* è ancora attivo e come tale idoneo, nelle more del procedimento, a raggiungere un elevato numero di consumatori che potrebbero acquistare i prodotti presentati come disponibili, pagarne il prezzo, non ricevere la merce secondo i tempi di consegna indicati e non riuscire a ottenere la restituzione degli importi corrisposti, a seguito dell'annullamento dell'ordine o del recesso dal contratto in tutti i numerosi casi in cui si verifica la mancata consegna dei prodotti.

**25.** Alla luce di tutto quanto sopra, tenuto conto dell'attualità delle condotte descritte, il sito *internet* in esame risulta idoneo, nelle more del procedimento, ad indurre i visitatori dello stesso ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non prenderebbero, quale quella di effettuare acquisti nella convinzione di ricevere i prodotti acquistati nei tempi indicati, con la conseguenza di pagare un importo per prodotti che potrebbero non essere consegnati e per i quali risulta particolarmente difficile e complessa la restituzione delle somme pagate.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergono elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolare urgenza al fine di impedire che le condotte sopra descritte continuino ad essere poste in essere nelle more del procedimento di merito;

#### DISPONE

ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento, che la società Pneumaticone 2016 S.L.:

a) sospenda provvisoriamente ogni attività diretta alla promozione e vendita di prodotti che non sono realmente disponibili e non possono essere consegnati entro il termine indicato per la consegna;

b) comunichi all'Autorità l'avvenuta esecuzione del presente provvedimento di sospensione e le relative modalità entro dieci giorni dal suo ricevimento, inviando una relazione dettagliata nella quale siano illustrate le misure adottate.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lett. *b*), del Codice del processo amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 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 comunicazione del provvedimento stesso.

Si ricorda che, ai sensi dell'art. 8, comma 4, del Regolamento, la presente decisione di sospensione deve essere immediatamente eseguita a cura del professionista e che il ricorso avverso il provvedimento di sospensione dell'Autorità non sospende l'esecuzione dello stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

**IP332 - SIXTHCONTINENT-MANCATO RICONOSCIMENTO CREDITI**

*Provvedimento n. 28214*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 1° aprile 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO, in particolare, l'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in base al quale in caso di inottemperanza ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro e nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689;

VISTO l'art. 19 del "*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*", adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11332 del 3 dicembre 2019, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, poste in essere dalla società Sixthcontinent Europe S.r.l. (di seguito anche SixthCo. o Professionista), P.IVA /C.F. 08387230967;

VISTA la comunicazione del 29 gennaio 2020 avente ad oggetto l'avvio del procedimento per l'eventuale sospensione provvisoria, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, del Codice del Consumo, delle pratiche commerciali poste in essere dalla società Sixthcontinent Europe S.r.l., ritenute scorrette ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del medesimo Codice;

VISTA la propria delibera n. 28146 del 25 febbraio 2020, con la quale l'Autorità ha disposto la sospensione provvisoria, da parte di Sixthcontinent Europe S.r.l., delle pratiche commerciali ritenute scorrette ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, relative al blocco degli *account* dei consumatori e all'impedimento/limitazione all'utilizzo delle loro *Shopping Card*;

VISTA la relazione sullo stato di attuazione delle misure cautelari, trasmessa da SixthCo. in data 23 marzo 2020;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Con provvedimento n. 28146 del 25 febbraio 2020 (di seguito, anche "Provvedimento"), l'Autorità ha deliberato che SixthCo., entro tre giorni dalla comunicazione del medesimo provvedimento, sospendesse provvisoriamente ogni attività diretta: *a)* al blocco degli *account* dei consumatori aderenti, in assenza di una puntuale specificazione delle motivazioni e del contestuale rimborso di quanto versato e del corrispettivo delle altre utilità maturate; *b)* a impedire e/o limitare

e/o modificare l'utilizzo delle *Shopping Card* acquistate e pagate dagli aderenti, secondo le modalità di attivazione e fruizione originariamente previste.

2. L'Autorità ha anche disposto che SixthCo. comunicasse, entro dieci giorni dal ricevimento del provvedimento cautelare - avvenuto in data 26 febbraio 2020 - l'avvenuta esecuzione dello stesso, inviando una dettagliata relazione di ottemperanza che illustrasse le misure adottate.

3. Il professionista, in data 23 marzo 2020 e, quindi, ben oltre il predetto termine, ha trasmesso una relazione sullo stato di attuazione delle misure cautelari, evidenziando tuttavia *“che non sarebbe comunque stato necessario attuare alcuna misura ulteriore, essendosi la Società sempre conformata a quanto prescritto con il Provvedimento”*.

4. Ciò premesso, il Professionista, in merito alla misura di cui alla lettera *a*) del dispositivo del Provvedimento, ha dichiarato che a partire dal 25 febbraio 2020, da un lato, non ha “bloccato” l'account di nessun utente, né sospeso temporaneamente la possibilità di fare acquisti/operazioni sul sito, dall'altro lato, ha “sbloccato” (rimosso la sospensione temporanea) gli *account* di tutti gli utenti interessati da tale misura, sospendendo almeno fino al 30 aprile 2020 l'applicazione della regola per cui i “*Crediti*” sono azzerati in caso di inattività dell'utente protratta per un mese solare.

5. In merito alla misura di cui alla lettera *b*) del dispositivo del Provvedimento, il Professionista ha confermato che l'effettivo *download* delle *Shopping Card* può subire ritardi per imprecise *“cause non imputabili alla Società”* e che, in caso di ritardo superiore a 30 giorni, restituisce all'utente quanto corrisposto per l'acquisto della *Shopping Card* in termini di *Crediti/Punti/Saldo* oppure denaro.

6. Nella relazione il Professionista ha precisato, inoltre, di aver avviato, nel mese di dicembre 2019, la revisione di alcune modalità operative del funzionamento del sistema, *“con l'obiettivo di continuare ad assicurare la sostenibilità di lungo periodo”* nonché di prevenire condotte fraudolente, ponendo in essere le seguenti iniziative: *i*) ha “riparametrato” (ossia ridotto), nel rispetto del tetto massimo del 50%, le percentuali di utilizzo dei *Crediti* e *Punti* per l'acquisto delle *Shopping Card*, per allinearsi agli investimenti pubblicitari effettuati dai *brand partner*, consentendo l'utilizzo di *Crediti* e *Punti* oltre il tetto del 50% per l'acquisto di *Shopping Card sponsorizzate*; *ii*) ha ridimensionato l'importanza del *Saldo* per l'acquisto delle *Shopping Card* abilitate e altri servizi tranne i c.d. *OpenLoop*; *iii*) a far data dal 18 dicembre 2019, ha convertito in una nuova offerta le *Shopping Card* acquistate dagli utenti ma non ancora redente (ovverosia non “scaricate” mediante *download*), attribuendo *Crediti* (e non *Saldo*) a seguito della “redenzione” di tali carte convertite<sup>1</sup>. Tale revisione sarebbe stata comunicata agli utenti sia mediante *email* e sia tramite un messaggio pubblicato sulla *community*, concedendo un termine di tredici giorni (fino al 31 dicembre 2019) per manifestare la volontà di non accettare la conversione<sup>2</sup>.

7. Nella relazione si segnala, poi, che il Professionista, in data 20 marzo 2020, ha comunicato agli utenti che avrebbe proceduto al rimborso integrale di tutte le *Card* già acquistate *“per le quali non è*

---

<sup>1</sup> In proposito, il Professionista precisa che tale conversione ha avuto ad oggetto il *Saldo* futuro (non attuale), derivante dalla conversione di *Shopping Card* acquistate ma non ancora attive; inoltre, sarebbe stata sospesa per il mese di dicembre la regola secondo cui i *Crediti* – ottenibili dalla conversione delle carte convertite – si azzerano in caso di inattività prolungata pari ad un mese da parte dell'utente.

<sup>2</sup> In tale comunicazione si specificava che *“... le policy 2020 prevedono dei limiti mensili dell'utilizzo del “Saldo” (cosiddetto Wallet) e non potrà essere utilizzato come metodo di pagamento su canali cosiddetti “OpenLoop”, ad esempio nei pagamenti dei Bollettini. [...] tutte le offerte in attivazione futura contenenti le SXC CARD sono state convertite in Crediti SXC”*.

stato possibile rispettare le tempistiche di download”. In realtà, sulla base di una segnalazione inviata da un consumatore<sup>3</sup>, risulta che nella comunicazione del 20 marzo 2020 SixthCo. abbia informato che “rimborseremo ogni Card che abbia un ritardo di attivazione superiore a 30 giorni di calendario, secondo quanto previsto dalle Condizioni generali di vendita”, prospettando l’invio a breve di puntuali comunicazioni, specifiche per i singoli casi, volte a descrivere modalità e tempi di tale operazione.

**8.** Infine, il Professionista ha deciso di attuare un’ulteriore iniziativa, consistente nell’apertura di una “nuova formale finestra temporale”, durante la quale gli utenti, ai quali sono state convertite le *SXC Card* nel mese di dicembre 2019, potranno comunicare la volontà di ottenere: i) la “riconversione” delle predette carte, ove non ancora redente, in *SXC Shopping Card* offerte direttamente da SixthCo. (carte non *brandizzate*); ii) la “riconversione” in Saldo dei Crediti conseguiti a seguito della redenzione delle *Shopping Card* convertite. A tale proposito, il Professionista ha manifestato l’intenzione di inviare agli utenti una comunicazione *email* per informarli di tale “*facoltà straordinaria di riconversione*”, nella quale si prevede un termine di 30 giorni per inoltrare la richiesta di riconversione (entro il 19 aprile 2020), che sarà poi evasa entro ulteriori 60 giorni.

**9.** A partire dall’adozione del provvedimento cautelare, è pervenuto un cospicuo numero di segnalazioni (oltre 350) da parte di consumatori che evidenziano come il Professionista non abbia dato seguito all’ordine di sospensione provvisoria delle attività ivi indicate.

**10.** In primo luogo, alcune segnalazioni lamentano la circostanza che SixthCo. stia continuando a bloccare gli *account* dei consumatori, in particolare di quelli che propongono un reclamo. Nello specifico, a fronte della ricezione di un reclamo, il Professionista dapprima procederebbe con la sospensione e, poi, la successiva cancellazione dell’*account* del consumatore reclamante<sup>4</sup>. Le misure in questione continuerebbero a provocare l’impossibilità per i consumatori aderenti al sistema di accedere alle proprie *Shopping Card* e ai propri dati personali e comporterebbero anche la perdita del Saldo, dei Crediti e dei Punti accumulati attraverso gli acquisti e le attività effettuate nell’ambito della *community*<sup>5</sup>.

**11.** In secondo luogo, molti consumatori segnalano che SixthCo. continuerebbe a impedire e/o ritardare senza giustificazione l’attivazione di un cospicuo numero di *Shopping Card brandizzate*, rispetto alla tempistica prevista al momento dell’acquisto<sup>6</sup>, comunicando continui ed immotivati

<sup>3</sup> Cfr. segnalazione prot. 29081 del 25 marzo 2020.

<sup>4</sup> Cfr. segnalazione prot. 26286 dell’11 marzo 2020 – un gruppo di consumatori richiama l’attenzione su un comunicato emesso da SixthCo. per scoraggiare iniziative volte a formare gruppi sui *social* che riuniscono gli utenti in difficoltà nella *community*. – Cfr. segnalazione prot. 23653 del 2 marzo 2020 – una consumatrice lamenta il blocco ingiustificato dell’*account*.

<sup>5</sup> Si cfr. *ex multis* segnalazione prot. n. 28441 del 24 marzo 2020 - il consumatore dichiara di aver subito un blocco in data 23 marzo 2020; cfr. segnalazione prot. 25387 del 6 marzo 2020 – un aderente, che avrebbe subito il blocco dell’*account* in data 7 novembre 2019, evidenzia che tale misura sarebbe ancora in corso e, pertanto, non sarebbe nelle condizioni di utilizzare l’importo di circa € 20.000 versato, condotta confermata anche alla successiva data del 24 marzo 2020 (prot. 28837).

<sup>6</sup> Tra tante si cfr. segnalazione prot. 23362 del 28 febbraio 2020 - una consumatrice avrebbe acquistato una *Card Ikea* dal valore di 500 € (pagata 495€ con bonifico). Questa *card* avrebbe dovuto essere attivata da contratto in 15 giorni lavorativi e quindi essere utilizzabile il 19 febbraio 2020. In tale data l’attivazione sarebbe stata posticipata, senza alcuna effettiva comunicazione, alla data del 28 febbraio, rendendo non “scaricabile” la carta entro i giorni previsti dal contratto. L’attivazione sarebbe stata ulteriormente spostata in avanti alla data del 10 marzo 2020. Cfr. segnalazione prot. 25216 del 6 marzo 2020 – un utente denuncia che avrebbe acquistato una *Shopping Card Conad* del valore facciale di €100 fruibile dal 23 gennaio 2020 che, in realtà, non sarebbe stata utilizzabile neanche dopo i numerosi reclami rivolti al *customer care* del

rinvii<sup>7</sup>. In particolare, il professionista ha comunicato il rinvio dell'attivazione di numerose *Shopping Card* relative a numerosi venditori sia prima dell'adozione del provvedimento cautelare, in data 19 dicembre 2019, 10 e 24 gennaio 2020 e 14 e 25 febbraio 2020, sia successivamente allo stesso e, specificamente, in data 9 e 20 marzo, con ulteriore differimento all'8 aprile.

**12.** Solo nella comunicazione inviata in data 20 marzo il Professionista ha prospettato il rimborso delle *Shopping Card* che abbiano subito un ritardo di attivazione superiore a 30 giorni, senza però fornire alcuna ulteriore indicazione e alcuna concreta evidenza in proposito.

**13.** Peraltro, da ulteriori segnalazioni emerge anche l'impossibilità di usufruire delle *Shopping Card* brandizzate già emesse<sup>8</sup>.

**14.** Moltissime segnalazioni agli atti riferiscono, in modo ricorrente, che il Professionista ha convertito il valore delle carte offerte direttamente da SixtCo. (*SXC Card*) da importi reali, spendibili nella piattaforma per acquistare altre *card* sponsorizzate o effettuare pagamenti (tramite il servizio Pagomeno), attraverso il saldo o *wallet* dell'account di ciascun consumatore, in crediti utilizzabili soltanto entro la misura dell'1-3% per effettuare le medesime operazioni (ovvero l'acquisto *Shopping Card* Brandizzate)<sup>9</sup>: in tal modo, la conversione ha determinato una significativa riduzione del valore economico delle *SXC Card*<sup>10</sup>.

**15.** Dalle segnalazioni emerge che il Professionista avrebbe operato tale trasformazione senza preavviso e in modo unilaterale in relazione a significativi volumi di *SXC Card*, la cui attivazione

---

Professionista. Cfr. segnalazione prot. 27139 del 16 marzo 2020 – un consumatore evidenzia che avrebbe acquistato *card* per un importo di € 6.000 e che, successivamente alla modifica unilaterale delle condizioni di vendita, le stesse non sarebbero utilizzabili.

<sup>7</sup> Cfr. segnalazione prot. 28552 del 23 marzo 2020 - circa il ritardo nella fruibilità delle *card*, un consumatore evidenzia la circostanza che tale evento lo avrebbe riguardato per 4 volte. In particolare, la data di attivazione di alcune di esse, acquistate il 14 gennaio 2020, sarebbe stata posticipata al 4 febbraio, al 10 marzo, al 23 marzo e da ultimo all'8 aprile. - Cfr. segnalazione prot. 28623 del 23 marzo 2020 - SixtCo. – secondo un consumatore - dopo aver spostato arbitrariamente per sei volte la consegna di *shopping card* acquistate nei mesi precedenti, ne avrebbe comunicato “il rimborso di default.” Tale rimborso andrebbe, tuttavia, unicamente a svantaggio dei consumatori che hanno acquistato *card* mai consegnate e soggette a scadenze contrattuali continuamente rimandate; mentre la società avrebbe a disposizione notevole liquidità derivante dai saldi relativi ai Crediti e al *Wallet* dei consumatori che, allo stato, risultano utilizzabili solo per una percentuale minima del 2%.

<sup>8</sup> *Ex multis*, cfr. segnalazione prot. 28536 del 23 marzo 2020 - un segnalante avrebbe proceduto all'acquisto di una *card* del valore di € 25 che successivamente non sarebbe stata riconosciuta dal venditore e della quale non sarebbe stato poi possibile ottenere il rimborso.

<sup>9</sup> Cfr. segnalazione prot. 25513 del 9 marzo 2020 – un aderente sottolinea la circostanza che avrebbe aderito alle offerte del Professionista in particolare per quanto concerne le *card turbo* e si sarebbe visto prima negare la fruizione di tali carte poi convertire le stesse in crediti ed infine modificare le condizioni di utilizzo degli stessi soprattutto per quanto concerne il pagamento di ricariche e bollette. Si veda anche segnalazione prot. 27677 del 18 marzo 2020 - un segnalante evidenzia di aver subito la conversione non autorizzata di *card* del valore di € 12.300,00. Successivamente, nonostante la richiesta di riconversione, lo stesso non sarebbe riuscito a rientrare in possesso di quanto richiesto. Cfr. segnalazione prot. 28586 del 23 marzo 2020 - un consumatore denuncia che il professionista avrebbe sostanzialmente bloccato una rilevante somma di denaro che, in precedenza, poteva essere utilizzata per l'acquisto di *gift card* ma che – a seguito dell'unilaterale modifica delle condizioni – sarebbe utilizzabile solo per una minima parte. In particolare, il c.d. *wallet* sarebbe ora utilizzabile solo su una decina di *card* di aziende mentre i crediti, prima utilizzabili per acquistare *card* al 50% del loro valore, sarebbero ora fruibili con percentuali irrisorie del 1%- 2%. Inoltre, molte *card* acquistate non sarebbero attivate e la loro data di attivazione verrebbe continuamente posticipata.

<sup>10</sup> Cfr. segnalazione prot. 27843 del 18 marzo 2020 – un denunciante evidenzia di aver acquistato, nel mese di dicembre 2019, *card* per l'importo di € 500 che, alla data di attivazione (18 marzo 2020), avrebbero dovuto assumere il valore di € 1.000. In realtà, risulterebbe che tali carte possono essere utilizzate per la percentuale irrisoria dell'1%. Cfr. segnalazione prot. 28297 del 20 marzo 2020 – un consumatore sottolinea come, a seguito della modifica unilaterale delle condizioni contrattuali, per l'acquisto di buoni benzina della Q8 del valore di €50 sarebbe possibile utilizzare solo € 1 in credito, dovendo poi procedere al pagamento in contanti. Cfr. segnalazione prot. 28299 del 20 marzo 2020 – secondo un denunciante, a partire dal mese di dicembre 2019, i crediti in precedenza utilizzabili nella misura del 50%, sarebbero ora fruibili solo nella misura del 3%.



era prevista al 31 dicembre 2019, in danno di coloro che hanno fatto affidamento sulla possibilità di utilizzare le carte per effettuare acquisti di beni anche di prima necessità. Tale *policy* sarebbe stata introdotta unilateralmente e comunicata dal fondatore della *Community* esclusivamente attraverso dei *post* pubblicati su *Facebook* in risposta alle lamentele degli aderenti che non riuscivano a utilizzare le proprie carte alla data prevista<sup>11</sup>.

In talune ipotesi, si lamenta che il Professionista continuerebbe a subordinare l'utilizzo, da parte degli aderenti alla *community*, dei crediti già maturati al previo e ingiustificato versamento di ulteriori somme<sup>12</sup>.

**16.** Successivamente al provvedimento cautelare, il Professionista ha mantenuto gli effetti della conversione delle *SXC Card* in Crediti unilateralmente operata nel mese di dicembre, ha omesso di trasmettere la relazione di ottemperanza entro il termine previsto e, solo in data 10 marzo, ha chiesto una proroga del termine per l'esecuzione del provvedimento. L'istanza di proroga veniva rigettata il 18 marzo con invito a fornire la relazione entro tre giorni.

**17.** In tale periodo (dal 26 febbraio, data della comunicazione del provvedimento cautelare, al 23 marzo, data di ricevimento della relazione di ottemperanza) centinaia di segnalazioni evidenziano il permanere della situazione critica individuata nel provvedimento cautelare, che pone gli aderenti nell'impossibilità di utilizzare le *SXC Card* come originariamente previsto<sup>13</sup>.

**18.** Solo il 20 marzo 2020 - prima della presentazione della citata relazione, ma dopo il rigetto della richiesta di proroga - il Professionista procedeva a comunicare ai consumatori la possibilità di riconvertire i crediti in saldo *wallet* e le *SXC Card* non redente in *SXC Card*. Tale attività viene presentata come iniziativa assunta dalla Parte "*in uno spirito di fattiva collaborazione con l'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato nel procedimento PS11332 attualmente in corso*". In tale riconversione si precisa che, con il *wallet* o con le nuove *SXC Card* redimibili, sarà possibile acquistare un numero estremamente limitato di *Shopping Card* brandizzate, pari a circa 16, che, a detta degli utenti, sono di scarsa o pochissima utilità, diversamente dalle centinaia di *Gift Card* che erano presenti nel catalogo della piattaforma al momento dell'offerta delle varie *SXC Card* ed erano, quindi, acquistabili con il saldo/*wallet*.

**19.** Nella suddetta comunicazione il professionista prospetta anche la presunta convenienza, rispetto alla riconversione, del mantenimento dei Crediti derivanti dalla conversione unilateralmente imposta a dicembre 2019, in quanto saranno utilizzabili in futuro "*anche fino al 100% del valore nominale*

---

<sup>11</sup> Cfr., *ex multis*, segnalazione prot. 23534 del 2 marzo 2020

<sup>12</sup> Tra tutte, cfr. segnalazione prot. 26368 dell'11 marzo 2020 — un segnalante riferisce che il Professionista, senza preavviso, avrebbe eliminato la possibilità di utilizzare il Saldo dell'*account* per acquistare *gift card* relative a beni primari disponibili sulla piattaforma (supermercati, carburante, treni) continuando, però, a permetterne l'acquisto tramite pagamenti con nuova liquidità. Sarebbe, pertanto, "*paleso l'intenzione di bloccare l'utilizzo del saldo su gift card di uso primario per evitare uscita di liquidità.*" Si veda anche segnalazione prot. 25541 del 9 marzo 2020 – un consumatore richiama l'attenzione sul fatto che SixthCo. avrebbe incentivato, per diversi mesi, l'acquisto dei c.d. "crediti" e *card* per ricaricare il *wallet*, per poi acquistare diverse carte regalo di vari *brand* e *merchandising*. Tuttavia, il Professionista avrebbe cambiato le modalità di fruizione dei crediti rendendoli sostanzialmente inutilizzabili. Si vedano anche le segnalazioni prot. 28435 e 28563 del 23 marzo 2020.

<sup>13</sup> Tra tutte, cfr. segnalazione prot. 25458 del 9 marzo 2020 – un aderente alla *community* SixthCo. richiama l'attenzione sulla circostanza che, successivamente all'adozione del provvedimento cautelare da parte dell'Autorità, le condizioni sarebbero ulteriormente peggiorate. In particolare, l'utilizzo del *wallet* sarebbe negato per il pagamento di bollette e ricariche telefoniche ed estremamente limitato per l'acquisto. Inoltre, l'utilizzo dei crediti sarebbe ridotto al 2% delle *SXC Card* che, in alcuni casi, risulterebbero inutilizzabili per problemi tra i *merchant* e SixthCo.

delle shopping card, quindi oltre il limite del 50%”, rispetto all’attuale percentuale irrisoria dell’1-3%.

**20.** Tale riconversione prevede, peraltro, che il consumatore, per accedervi, debba proporre specifica istanza (entro 30 giorni) e che le stesse domande saranno valutate nel termine di 60 giorni.

**21.** Alla luce di quanto sopra esposto, tenuto conto del significativo e costante flusso di segnalazioni e delle dichiarazioni contenute nella relazione tardivamente prodotta dal Professionista, le condotte oggetto di sospensione provvisoria risultano essere state poste in essere da SixthCo. anche successivamente alla comunicazione del Provvedimento, avvenuta in data 26 febbraio 2020.

**22.** Rilevano, in particolare, gli episodi di blocco degli *account* degli utenti, con conseguente mancato rimborso di quanto corrisposto e/o maturato dagli stessi, segnalati ancora nel mese di marzo 2020.

**23.** Assumono rilievo, inoltre, i gravi ostacoli e le limitazioni all’utilizzo delle *Shopping Card* brandizzate, in termini di ingiustificato e reiterato ritardo nella loro attivazione rispetto a quanto previsto, nonché di impossibilità di fruizione delle stesse per mancata abilitazione da parte del *vendor*.

**24.** Con riferimento, invece, alle *SXC Card*, rileva la persistente modifica unilaterale delle condizioni di utilizzo e del loro valore, relativa all’artificiosa “conversione” delle medesime *SXC Card* in Crediti, attuata il 18 dicembre 2019.

**25.** Parimenti rilevanti, ai fini della mancata attuazione della sospensiva, risultano le modalità e le tempistiche di esecuzione dell’iniziativa di riconversione prospettata dal Professionista.

Al riguardo, si osserva che, mentre la conversione delle *SXC Card* in Crediti operata nel dicembre 2019 è stata il frutto di un’azione unilaterale di SixthCo., generalizzata e automaticamente efficace nei confronti di tutti i titolari di *SXC Card* fino ad allora acquistate, la nuova iniziativa pone in capo ai consumatori l’onere di attivarsi entro un termine ben preciso (19 aprile 2020) e prevede tempi di attuazione lunghi e variabili tra 30 e 60 giorni, potendo protrarsi fino a oltre la metà di giugno.

**26.** In ogni caso, come evidenziato, tale riconversione consente l’acquisto di poche e non significative *Shopping Card* rispetto all’ampio catalogo che era, invece, prospettato al momento dell’offerta delle *SXC Card* (composto da centinaia di *Shopping Card* di altrettanti *vendor*) e senza la possibilità di usufruire degli altri servizi di pagamento originariamente previsti (ricarica del credito telefonico e pagamento delle bollette).

**27.** Le sopra evidenziate condotte continuano a determinare un sostanziale inadempimento del Professionista con riferimento alle modalità di attivazione e fruizione originariamente previste sia per le *Shopping Card* brandizzate che per le *SXC Card*, con indebito trattenimento delle somme versate dai consumatori.

**28.** Dalle evidenze documentali risulta, dunque, che le misure disposte con il citato provvedimento n. 28146 del 25 febbraio 2020, notificato al Professionista in data 26 febbraio 2020, non sono state adottate.

**29.** Ricorrono, in conclusione, i presupposti per l’avvio del procedimento previsto dall’articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, volto all’irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro.

RITENUTO, pertanto, che i fatti accertati potrebbero integrare una fattispecie di inottemperanza alla delibera dell’Autorità n. 28146 del 25 febbraio 2020, ai sensi dell’art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;

## DELIBERA

- a) di contestare alla società Sixthcontinent Europe S.r.l. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 28146 del 25 febbraio 2020;
- b) l'avvio del procedimento per eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo;
- c) che il responsabile del procedimento è il Dott. Antonino D'Ambrosio;
- d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione A della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore, dell'Autorità, dai legali rappresentanti di Sixthcontinent Europe S.r.l., ovvero da persone da essa delegate;
- e) che, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;
- f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla data di comunicazione del presente provvedimento.

Ai fini della quantificazione dell'eventuale sanzione pecuniaria prevista dall'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, si richiede a Sixthcontinent Europe S.r.l. di fornire copia dell'ultimo bilancio ovvero idonea documentazione contabile attestante le condizioni economiche nell'ultimo anno.

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

p. IL PRESIDENTE  
il Componente anziano  
*Gabriella Muscolo*

---

**PS11732 - OXYSTORE-VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA**

*Provvedimento n. 28217*

L' AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 aprile 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11732 del 27 marzo 2020, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettera b), 21 comma 3, 22, 23, lettera s), e 25, lettera c), del Codice del Consumo, da parte della società Genium S.r.l.;

VISTA la delibera dell' Autorità del 27 marzo 2020, con la quale, ai sensi dell' art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, è stato disposto che Genium S.r.l. eliminasse, dalla comunicazione del provvedimento e nelle more del procedimento, ogni riferimento all' efficacia preventiva e terapeutica contro il COVID-19 dei prodotti pubblicizzati e commercializzati attraverso il nome a dominio <https://www.oxystore.it>;

VISTA la memoria presentata dalla società Genium S.r.l. in data 1° aprile 2020;

CONSIDERATO quanto segue

**I. IL FATTO**

1. Dalle informazioni acquisite d' ufficio e dalla segnalazione dell' Associazione di consumatori Codacons è emerso che taluni comportamenti, realizzati dalla società Genium S.r.l. (di seguito anche “Professionista”), avrebbero potuto integrare fattispecie rilevanti ai sensi del Codice del Consumo.
2. In particolare, il Professionista diffondeva, attraverso il proprio sito *internet* “[www.oxystore.it](https://www.oxystore.it)”, comunicazioni pubblicitarie che invitavano all' acquisto *online* di prodotti correlati all' ossigenoterapia, vantando indimostrate capacità antivirali e di contrasto al COVID-19.
3. Nella *home page* del sito campeggiava, infatti, una suggestiva immagine, caratterizzata da un riquadro a sfondo rosso in grande evidenza, delimitato ai lati dai simboli grafici del coronavirus, all' interno del quale si annunciava: “OXYSTORE È IN PRIMA LINEA NELLA LOTTA AL COVID-19 SCOPRI COME CONTRASTARLO”. Posizionandosi su tale immagine si accedeva a una pagina *web*<sup>1</sup> dove erano presenti *claim* orientati a sponsorizzare l' attività di ossigenoterapia per fronteggiare il virus COVID-19, promuovendola come “*uno dei sistemi di maggior efficacia per curare la sintomatologia legata al Coronavirus di nuova generazione*”, e si pubblicizzava, altresì,

---

<sup>1</sup> Cfr. la seguente pagina *web*: [https://www.oxystore.it/blog/78\\_puo-l-ossigenoterapiaprevenire-il-coronavirus.html](https://www.oxystore.it/blog/78_puo-l-ossigenoterapiaprevenire-il-coronavirus.html).

tra gli altri, un prodotto (il cd. “*kit di prevenzione*”<sup>2</sup>) ideato appositamente da “Oxystore” e offerto in vendita, al prezzo di 995 euro, “*completo di tutto il necessario per poter monitorare e migliorare la risposta immunitaria*”, in quanto consentirebbe di mantenere “*un livello di saturazione ottimale attraverso una fonte esterna di ossigeno*”.

4. I vanti relativi alle proprietà preventive e curative dei concentratori di ossigeno (kit di prevenzione) offerti in vendita erano ripetuti, sullo stesso sito<sup>3</sup>, con modalità suggestive, in una sezione intitolata “*VENTILATORI POLMONARI E OSSIGENOTERAPIA: LA SALVEZZA CONTRO IL CORONAVIRUS?*”, dove si incitava il consumatore a “*giocare d'anticipo: evitare il contagio e munirsi di un concentratore di ossigeno*”, in quanto sarebbe “*l'ultimo baluardo*” in un momento come quello corrente in cui “*i posti letto tra pochi giorni saranno insufficienti per gestire le infezioni acute dei malati più gravi. E i ventilatori polmonari non sono presenti in numero sufficiente per garantire una terapia intensiva e sub-intensiva a tutti i pazienti gravi*”.

5. Dopo aver descritto uno scenario particolarmente allarmante, nonché rappresentato ai consumatori, con l'utilizzo peraltro di termini scientifici, i possibili effetti prodotti sull'organismo dal coronavirus (“*nei casi più gravi agisce infiammando gli alveoli polmonari e riducendo l'ossigenazione nel sangue: ai pazienti non rimane che assumere ossigeno da fonte esterna per permettere al corpo di intraprendere e vincere la lotta contro il virus...*”), il Professionista avvertiva che “*Il concentratore di ossigeno si sta pertanto rivelando un salva-vita fondamentale sia in fase di prevenzione che soprattutto di terapia, come confermato anche dai recenti studi effettuati in Cina ...*”.

6. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 27 marzo 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11732, ai sensi dell'art. 27, comma 3 del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell'articolo 6 del Regolamento, al fine di verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), 21 comma 3, 22, 23 lettera s) e 25 lettera c), del Codice del Consumo.

7. Parti del procedimento sono, in qualità di professionista, la società Genium S.r.l. e, in qualità di segnalante, l'Associazione di consumatori Codacons.

8. In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione sono apparsi contrari alla diligenza professionale e idonei a indurre il consumatore medio all'assunzione di decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso in quanto basati sulla rappresentazione ingannevole delle proprietà di alcuni prodotti e sullo sfruttamento della grave situazione di allarme sanitario esistente, con la conseguente alterazione e indebito condizionamento della capacità di valutazione del consumatore, potendo risultare anche suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dello stesso.

9. Infatti, nell'attuale contesto di grave emergenza sanitaria dovuta alla rapida ed estesa propagazione del COVID-19:

- le affermazioni diffuse sul sito [www.oxystore.it](http://www.oxystore.it) sulle capacità “antivirali”, di prevenzione e cura di infezioni respiratorie e del contagio da *coronavirus*, possedute dal *kit di prevenzione*, appaiono

---

<sup>2</sup> Nello specifico, tale *kit* è composto da un concentratore di ossigeno stazionario, un pulsossimetro per monitorare il livello di saturazione di O<sub>2</sub> nel sangue e 5x cannule nasali, da sostituire almeno una volta al giorno.

<sup>3</sup> Nella pagina web [https://www.oxystore.it/blog/79\\_ventilatori-polmonari-e-ossigenoterapia-la-salvezza-contro-il-coronavirus.html](https://www.oxystore.it/blog/79_ventilatori-polmonari-e-ossigenoterapia-la-salvezza-contro-il-coronavirus.html).

suscettibili di fuorviare il consumatore, inducendolo a credere che l'ossigenoterapia a mezzo del concentratore di ossigeno, contrariamente al vero, possa avere efficacia preventiva e terapeutica contro il *coronavirus*;

- l'esortazione rivolta ai consumatori a fare ricorso all'ossigenoterapia attraverso il concentratore di ossigeno venduto *on-line* dal Professionista, in assenza di indicazioni circa i possibili rischi per la salute e la sicurezza dei consumatori stessi, appare in grado di indurre a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.

## II. PROVVEDIMENTO DELL'AUTORITÀ DEL 27 MARZO 2020, N. 28205

**10.** L'Autorità, con delibera adottata nella sua riunione del 27 marzo 2020, ha disposto che, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, la società Genium S.r.l. eliminasse, dalla comunicazione del provvedimento e nelle more del procedimento, ogni riferimento all'efficacia preventiva e terapeutica contro il COVID-19 dei prodotti pubblicizzati e commercializzati attraverso il nome a dominio <https://www.oxytore.it>.

**11.** In particolare, l'Autorità ha ritenuto che sussistessero i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie nei confronti del Professionista, ritenendo che le modalità di promozione e vendita dei prodotti in esame, attraverso il proprio sito *internet*, apparissero *prima facie* ingannevoli e aggressive, in quanto idonee a indurre i consumatori, già sensibilmente condizionati dall'attuale situazione di emergenza sanitaria, a determinarsi all'acquisto del *kit di prevenzione* a causa della convinzione in essi generata circa gli effetti preventivi e/o terapeutici dello stesso, con evidente sfruttamento della tragica pandemia in atto. Sotto il profilo del *periculum in mora*, il sito *internet* [www.oxytore.it](http://www.oxytore.it) risultava attivo e presentava un particolare grado di offensività, potendo raggiungere un numero elevato di consumatori italiani che potevano essere indotti a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza nell'acquisto dei prodotti.

**12.** L'Autorità ha inoltre disposto che il Professionista presentasse, entro tre giorni dalla comunicazione del provvedimento, una relazione sulle iniziative assunte in ottemperanza a quanto disposto alla lettera *a*) del dispositivo dello stesso provvedimento, potendo presentare, entro sette giorni, memorie scritte e documenti.

## III. MEMORIA DELLA PARTE

**13.** Con memoria pervenuta in data 1° aprile 2020, la società Genium S.r.l. ha comunicato le iniziative intraprese in attuazione del provvedimento cautelare adottato dall'Autorità in data 27 marzo 2020.

In particolare, il Professionista ha rappresentato di aver provveduto ad apportare – a far data dal 30 marzo 2020 – le seguenti modifiche al proprio sito *web* ed alla propria pagina *facebook*:

**i.** rimozione del *banner* contenente il *claim* “*Oxytore è in prima linea nella lotta al Covid-19 Scopri come contrastarlo*”, con la conseguente eliminazione di qualsivoglia collegamento con la pagina *web* intitolata “*PUO' L'OSSIGENOTERAPIA PREVENIRE IL CORONAVIRUS?*”;

**ii.** eliminazione del “*Kit Oxyvir*” dal catalogo oltre che dal *back-end* del sito *web* del Professionista;

**iii.** eliminazione dell'articolo intitolato “*Ventilatori polmonari e ossigenoterapia: la salvezza contro il coronavirus?*” dalla pagina *web* nonché dalla pagina *Facebook* di Oxystore (<https://it-it.facebook.com/OxyStore.it>);

- iv. cancellazione della *cache* Oxystore dei suddetti articoli/prodotti;
- v. rimozione dei suddetti articoli/prodotti dalla *sitemap* di Oxystore.

14. Dagli accertamenti effettuati d'ufficio, mediante rilevazioni eseguite in data 6 aprile 2020, le misure sopra elencate da *sub* i. a *sub* v. risultano essere state effettivamente implementate dal Professionista.

#### IV. VALUTAZIONI

15. Sotto il profilo del *periculum in mora*, allo stato degli atti si ritiene che le misure adottate complessivamente dal Professionista siano idonee a evitare il rischio che, nelle more del procedimento, le pratiche commerciali oggetto di contestazione continuino a produrre effetti pregiudizievoli per i consumatori.

16. Dette misure consistono, infatti, nell'aver eliminato, dal sito *internet* [www.oxystore.it](http://www.oxystore.it) e dalla pagina Facebook <https://it-it.facebook.com/OxyStore.it>, le comunicazioni pubblicitarie che invitavano all'acquisto *online* di alcuni prodotti correlati all'ossigenoterapia cui venivano attribuiti indimostrate capacità antivirali e di contrasto al COVID-19; ovvero, comunicazioni che risultavano idonee a limitare la libertà di scelta del consumatore medio inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, attraverso lo sfruttamento dell'attuale situazione di emergenza sanitaria.

RITENUTO, pertanto, dall'esame degli atti del procedimento, che la società Genium S.r.l. risulta aver eliminato, sia dal sito *internet* [www.oxystore.it](http://www.oxystore.it) che dalla pagina Facebook <https://it-it.facebook.com/OxyStore.it>, i *claim* che attribuiscono un'efficacia preventiva e terapeutica contro il Covid-19 ad alcuni prodotti pubblicizzati e commercializzati dal Professionista sui medesimi siti;

#### DELIBERA

che le misure adottate dalla società Genium S.r.l. soddisfano i requisiti richiesti dall'Autorità con il citato provvedimento cautelare n. 28205 del 27 marzo 2020 ai fini della rimozione del *periculum*.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Filippo Arena*

p. IL PRESIDENTE

il Componente anziano

*Gabriella Muscolo*

---



**PS11734 - WISH-VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA***Provvedimento n. 28218*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 aprile 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III e la Parte III, 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, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11734 del 31 marzo 2020, volto a verificare l'esistenza di distinte violazioni degli articoli 20, 21 comma 1, lettere *b*) e *d*), e comma 3, 23, comma 1, lettere *s*) e *t*), 25, comma 1, lettera *c*), e 49, comma 1, lettere *b*) e *n*), del Codice del Consumo, poste in essere da ContextLogic Inc. e ContextLogic B.V. (di seguito, rispettivamente, “Context Inc” e “Context BV” nonché, congiuntamente, “Professionisti” o “Società” o “Wish”).

VISTE le memorie presentate dai Professionisti, pervenute in data 6 aprile 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. FATTO**

1. Sulla base di informazioni acquisite d'ufficio agli atti del procedimento ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo<sup>1</sup>, sono emersi taluni comportamenti relativi alle attività di vendita di prodotti sanitari e/o parasanitari (*kit test* autodiagnosi, dispositivi e presidi sanitari, ecc.) per la prevenzione del contagio dal Virus SARS-CoV-2 (Coronavirus, Covid-19), sulla piattaforma delle società Context Inc. e Context BV attraverso il sito *web wish.com* (in seguito, anche solo “Sito”), suscettibili di integrare violazioni del Codice del Consumo.

2. In particolare, sono stati rilevati alcuni annunci pubblicitari relativi alla vendita di mascherine FFP2 (N95) e di un *kit 2/5/10pcs KN95 Soft Mouth Mask*, esplicitamente presentati come “*anti coronavirus*” e come “*Coronavirus Medical Respirator*”. Inoltre, nella promozione di una scatola contenente dieci mascherine si vantava espressamente un'efficacia “*Anti-virus COVID-19*”. Analoghi riferimenti al *coronavirus* sono stati individuati in relazione a ulteriori prodotti, quali i guanti medicali<sup>2</sup>.

3. L'attività di rilevazione preistruttoria ha consentito di identificare vari messaggi promozionali concernenti la vendita di presunti *test* per la diagnosi “*At Home*” del *coronavirus* (ad. es., *Novel Coronavirus Test Kit*), contenenti l'esplicita indicazione della possibilità di rilevare gli anticorpi del

---

<sup>1</sup> Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 26 e 30 marzo 2020.

<sup>2</sup> Cfr. verbale di acquisizione agli atti del 26 e 30 marzo 2020.

nuovo *coronavirus* nel sangue umano, nel siero o nel plasma (“*Test for 2019-nCov IgG-IgM Combo Rapid Test Kit Coronavirus*” o *CoronavirusTestConvenient Simple and Fast Results*).

4. Sulla reale efficacia di tale tipologia di *test* diagnostici, occorre evidenziare quanto precisato dal Comitato Tecnico-scientifico del Ministero della Salute, in un comunicato del 19 marzo u.s., secondo cui l’approccio diagnostico *standard* rimane quello basato sulla ricerca dell’RNA nel tampone rino-faringeo, in quanto “*non esiste alcun test basato sull’identificazione di anticorpi (sia di tipo IgM che IgG) diretti verso SARS-CoV-2 validato per la diagnosi rapida di contagio virale o di COVID-19*”<sup>3</sup>. Analoga indicazione è stata ribadita dal segretario nazionale di Federfarma in un comunicato rivolto alle farmacie associate, nel quale si avverte che “*L’unico mezzo certo per accertare la positività al Coronavirus è il tampone rino-faringeo. Non ci possono essere altri metodi, tanto meno fai da te o fatti in casa che possano essere sicuri nella diagnosi del Covid-19*”<sup>4</sup>.

5. Un ulteriore profilo di scorrettezza rilevato riguarda il livello elevato dei prezzi di vari prodotti, che sono apparsi *prima facie* incrementati rispetto al periodo precedente l’allarme per la diffusione del *virus* (ad esempio, per le maschere filtranti) nonché presentati in modo ambiguo, dal momento che accanto al prezzo di vendita proposto, riportano un ulteriore prezzo in grigio e barrato, ancora più elevato, unitamente all’indicazione, in caratteri molto evidenti e in grassetto, della percentuale di sconto sul prezzo barrato, a dimostrazione della presunta estrema convenienza dell’acquisto.

6. Infine, sempre sul sito *wish.com* è risultata carente l’informativa precontrattuale in ordine ad alcuni dei diritti spettanti ai consumatori nei contratti a distanza, con specifico riguardo all’identità dei diversi venditori che commercializzano i loro prodotti sulla piattaforma medesima, nonché alla garanzia legale di conformità e relativo promemoria.

7. Sulla base delle informazioni acquisite in atti, in data 31 marzo 2020, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11734, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell’art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l’esistenza di distinte violazioni degli articoli 20, 21, comma 1, lettere *b*) e *d*), e comma 3, 23, comma 1, lettere *s*) e *t*), 25, comma 1, lettera *c*), e 49, comma 1, lettere *b*) e *n*), del Codice del Consumo.

8. Parti del procedimento, in qualità di professionisti, sono ContextLogic Inc. e ContextLogic B.V.

9. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, le Parti sono state invitate, ai sensi dell’art. 8, comma 2, del Regolamento, a presentare memorie scritte e documenti entro il 6 aprile 2020, al fine di valutare i presupposti per la sospensione provvisoria delle pratiche, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo.

10. In sintesi, i comportamenti oggetto di contestazione come violazioni del Codice del Consumo sono, da un lato, le condotte qualificabili come “*pratiche commerciali*”, consistenti nella promozione e commercializzazione di vari prodotti ai quali sono associati vanti di efficacia in termini di protezione o di contrasto nei confronti del virus COVID 19 (mascherine e guanti) e/o che sono sprovvisti di validazione da parte delle autorità sanitarie nazionali e altresì privi di certificazione CE (come i Kit diagnostici), nonché l’elevato livello dei prezzi di vendita e l’ambigua prospettazione di una indimostrata convenienza economica, dall’altro lato, il mancato rispetto dell’obbligo di

---

3

Cfr. [https://www.federfarma.it/getattachment/Edicola/Filodiretto/Filodiretto/marzo2020/2179/CTS\\_3\\_19\\_03\\_TEST.pdf.aspx](https://www.federfarma.it/getattachment/Edicola/Filodiretto/Filodiretto/marzo2020/2179/CTS_3_19_03_TEST.pdf.aspx).

<sup>4</sup> Cfr. <https://www.federfarma.it/Edicola/Filodiretto/VediNotizia.aspx?id=21042>;

<https://www.fanpage.it/attualita/coronavirus-federfarma-diffidare-dei-test-fai-da-te-positivita-certa-solo-col-tampone/>.

informativa precontrattuale nei confronti dei consumatori in relazione all'identità dei professionisti e alla garanzia legale di conformità.

## II. MEMORIE DELLE PARTI

**11.** A seguito della comunicazione di avvio del procedimento del 31 marzo 2020, con riferimento al procedimento cautelare, sono state prodotte memorie difensive da parte dei Professionisti pervenute in data 6 aprile 2020.

**12.** Preliminarmente, è stato precisato che la Società Context Inc., proprietaria della piattaforma di commercio elettronico *-marketplace-* "Wish", e Context B.V., società che mette la piattaforma a disposizione dei consumatori in Italia e nel resto dell'Europa, che rivestono entrambe il ruolo di *hosting provider*, sono determinate a prevenire, individuare e rimuovere gli annunci che violano la legge applicabile o le *policy* delle Società, e hanno già messo a punto diversi controlli organizzativi e tecnici, progettati per tutelare i consumatori, mantenendo al di fuori della piattaforma prodotti illeciti e offerte scorrette correlati al Covid-19.

**13.** Al riguardo, i Professionisti sono impegnati a: svolgere un'attività di formazione in favore di coloro che vendono tramite la piattaforma Wish; monitorare costantemente l'attività su Wish; verificare l'efficacia dei controlli applicabili; apportare modifiche laddove vi sia evidenza di un problema. A tal fine, le Società hanno costituito un gruppo di lavoro, che comunica quotidianamente per assumere decisioni relative alle *policy* e fornire indicazioni sullo sviluppo di controlli tecnici e organizzativi efficaci, nonché una *task force* dedicata all'implementazione di nuove procedure, e relative tempistiche, dirette alla revisione e verifica di annunci potenzialmente problematici in relazione al Covid-19. All'esito di tali iniziative, in data 26 marzo 2020, sono state bloccate circa 35.000 offerte in attesa di una loro verifica da parte dal personale preposto.

**14.** Con specifico riguardo ai *test* diagnostici, Wish ha recentemente introdotto una nuova *policy* che vieta l'annuncio e la vendita di *test kit* per la diagnosi del Covid-19, il cui rispetto è oggetto di verifica da parte di personale dedicato e comporta la rimozione delle offerte che violano tale *policy*. I Professionisti stanno valutando l'adozione di ulteriori misure tecniche dirette a individuare, bloccare e rimuovere le offerte relative ai *test kit*, attraverso, ad esempio, l'oscuramento dei risultati di ricerca.

**15.** Per quanto concerne la diffusione di *claim* ingannevoli in merito alla capacità di un prodotto di prevenire, trattare o curare il Covid 19, in aggiunta alle vigenti *policy* che vietano *claim* ingannevoli nelle offerte, le Società hanno adottato misure ulteriori tra cui: il miglioramento delle *policy* applicabili e l'aver reso edotti i venditori delle modifiche e condizioni specifiche collegate al Covid-19.

**16.** Con riferimento all'applicazione di prezzi aggressivi per prodotti rilevanti in relazione al Covid-19, in aggiunta alle già esistenti *policy* che limitano la possibilità per i venditori di modificare i prezzi delle offerte già pubblicate, Wish ha elaborato una nuova *policy* per dare istruzioni ai venditori, ha sviluppato metodologie per confrontare adeguatamente i prezzi, anche in relazione ai nuovi annunci, e ha eliminato le offerte che presentano prezzi aggressivi.

**17.** In relazione alla presenza di annunci che sfruttano la paura tramite l'uso improprio di termini o immagini correlati al Covid-19, i Professionisti hanno redatto nuove *linee guida* per gli annunci

rilevanti in relazione al *coronavirus*, in applicazione delle quali siffatti annunci scorretti sono immediatamente rimossi.

**18.** Infine, Wish ha annunciato l'adozione di misure ulteriori, attraverso la modifica della natura e della frequenza dei controlli, effettuati dal personale, sulle offerte afferenti a prodotti rilevanti in relazione al Covid19; sono inoltre in corso di valutazione alcune misure tecniche volte a limitare la presentazione ai consumatori in Italia, ad esempio nei risultati di ricerca, di prodotti rilevanti in relazione al Covid-19, quali igienizzanti per le mani, disinfettanti e maschere facciali/respiratori, al fine di ridurre la possibilità che si verifichino le criticità in parola.

**19.** Ad avviso dei Professionisti, tali misure avranno un effetto più ampio del dovuto, dal momento che Wish ha ritenuto opportuno optare per un approccio rigoroso in ragione della gravità della questione e dell'intenzione di dimostrare la propria volontà di collaborare. Peraltro, nell'ipotesi in cui, nonostante l'attuazione delle misure illustrate, fossero pubblicati annunci suscettibili di presentare criticità, Wish, oltre ad attivarsi prontamente per esaminare e rimuovere l'offerta, valuterà l'opportunità di adottare possibili miglioramenti ai propri sistemi di controllo.

#### IV. VALUTAZIONI

**20.** Le iniziative adottate dai Professionisti, consistenti nella costituzione di gruppi di lavoro e *task force* nonché nell'adozione di specifiche *policy* volte alla verifica e rimozione di annunci potenzialmente scorretti, appaiono costituire misure idonee a impedire o quantomeno limitare considerevolmente la promozione e vendita, attraverso la piattaforma Wish, di *kit* diagnostici inaffidabili e potenzialmente pericolosi per i consumatori, nonché di prodotti ai quali siano associati vantanti ingannevoli in merito all'efficacia preventiva o terapeutica rispetto al COVID-19, o ancora l'applicazione di prezzi "aggressivi", come prospettato nella comunicazione di avvio del 31 marzo 2020.

**21.** Analoga valenza positiva, ai fini della presente valutazione, assumono le ulteriori misure in via di attuazione da parte dei Professionisti in relazione alla natura e alla frequenza dei controlli sulle offerte afferenti a prodotti rilevanti in relazione al COVID-19, nonché in merito all'adozione di apposite misure tecniche volte a limitare la presentazione ai consumatori in Italia dei suddetti prodotti con modalità scorrette. Rileva, al riguardo, in particolare, l'individuazione da parte di Wish di tutta una serie di *claim* scorretti non supportati da evidenze medico scientifiche.

**22.** Sul punto, si evidenzia che in esito ad appositi accertamenti effettuati d'ufficio sulla piattaforma Wish, è stata riscontrata, allo stato, la rimozione degli annunci pubblicitari recanti i profili di scorrettezza contestati in sede di avvio del procedimento. In particolare, le ricerche effettuate direttamente sul sito dei Professionisti (utilizzando, a titolo esemplificativo, le parole chiave "*coronavirus*" o "*corona virus*", "*coronavirus mask*", "*coronavirus test kit*" o "*coronavirus test*"; "*Covid-19*" o "*Covid19*"), o dal motore di ricerca Google (utilizzando la parola chiave "*mascherine wish.com*"), non hanno consentito di reperire alcun risultato oppure hanno mostrato prodotti differenti o comunque senza alcun riferimento al Covid19.

**23.** Le azioni poste in essere da Wish e la rimozione di annunci che vantavano proprietà di contrasto al *virus* dei prodotti offerti in vendita, peraltro a prezzi ambigui ed elevati, nonché il divieto di promozione e commercializzazione di dispositivi per autodiagnosticare il COVID-19,, appaiono idonee a eliminare il rischio di limitare, mediante indebito condizionamento, la libertà di scelta del

consumatore medio in relazione al prodotto offerto in vendita, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, attraverso lo sfruttamento dell'attuale situazione di emergenza sanitaria.

**24.** Considerato che le misure adottate dai Professionisti e comunicate all'Autorità sono adeguate a evitare il protrarsi, nelle more del procedimento, della promozione e vendita di molteplici prodotti sulla piattaforma Wish con modalità ingannevoli e aggressive e, pertanto, risulta essere venuta meno la sussistenza del *periculum* ai fini dell'adozione di un provvedimento cautelare.

RITENUTO, pertanto, che dall'esame delle misure adottate dal professionista emergano elementi tali da escludere la sussistenza del requisito della particolare urgenza;

#### DELIBERA

di non adottare la misura cautelare ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 1, del Regolamento.

Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 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 comunicazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

p. IL PRESIDENTE  
il Componente anziano  
*Gabriella Muscolo*

---

**PS11736 - TIGER SHOP / VENDITA ON LINE PRODOTTI EMERGENZA SANITARIA**  
*Provvedimento n. 28219*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 aprile 2020;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11736 dell'8 aprile 2020, volto a verificare l'esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), 21, comma 3, 23, lettera *t*), 24 e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo., da parte di Tiger Group S.r.l.;

CONSIDERATO quanto segue:

**I. FATTO**

1. Dalla segnalazione dell'Associazione di consumatori Federconsumatori pervenuta il 3 aprile 2020, nonché dalle segnalazioni di vari singoli consumatori e dalle informazioni acquisite d'ufficio nei giorni 3, 4 e 6 aprile 2020, è emerso che taluni comportamenti realizzati da Tiger Group S.r.l. (di seguito anche “Professionista”) potrebbero integrare fattispecie rilevanti ai sensi del Codice del Consumo.

2. In particolare, è risultato come il Professionista diffonda, attraverso il proprio sito *internet* <https://www.tigershop.it/> (di seguito anche “Sito”), comunicazioni pubblicitarie che invitano all'acquisto *online* di dispositivi di protezione individuale (in particolare, mascherine di categoria FFP2) ai quali sono attribuite, anche attraverso l'utilizzo di immagini e descrizioni che fanno impropriamente riferimento a marchi noti, caratteristiche qualitative e tecniche che non trovano riscontro nei prodotti effettivamente consegnati ai consumatori, che, verosimilmente, sono anche privi delle certificazioni vantate.

Peraltro, i predetti dispositivi sono offerti in vendita a prezzi elevati, con l'indicazione della scarsa disponibilità dei prodotti in magazzino (“*ultimi pezzi disponibili*”) e sono, infine, consegnati con considerevoli ritardi rispetto alla tempistica reclamizzata (24/48 ore).

3. Sulla base delle verifiche effettuate d'ufficio, è emerso che nell'homepage del sito è presente il suggestivo *claim* “**LA PREVENZIONE E' IMPORTANTE PROTEGGI LA TUA SALUTE**”, inserito all'interno di un evidente riquadro colorato recante l'immagine di una mascherina affiancata da un *gel* igienizzante per mani: cliccando sullo stesso, ne appare un altro sostanzialmente identico, seguito dall'invito ad effettuare immediatamente l'acquisto dei prodotti reclamizzati al fine di garantirsi in

tempi rapidi (partenza dalla logistica prevista in 24/48 ore) la pubblicizzata “prevenzione” per la salute.

4. Nell’ambito dei prodotti pubblicizzati spiccano due modelli di dispositivi di protezione individuale, ossia una “MASCHERINA PROTETTIVA FFP2 – CERTIFICATO FFP2/KN95 – FILTRAGGIO 94%”, disponibile al costo di 9,99 euro al [link https://www.tigershop.it/prodotto/mascherina-protettiva-macopharma-ffp2/](https://www.tigershop.it/prodotto/mascherina-protettiva-macopharma-ffp2/), descritta come “Mascherina FFP2/KN95 senza valvola, con fasce di regolazione in tessuto elastico. Specificatamente progettata per proteggere da virus influenzali. Consegna garantita in tutti i comuni anche dopo direttive del 23/03/2020” nonché una “MASCHERINA PROTETTIVA FFP2 MADE IN ITALY - FILTRAGGIO 97,5%” (caratteristica, questa, che secondo il Professionista l’avvicinerebbe alle mascherine della superiore categoria FFP3) al prezzo di 13 euro. Per entrambi i prodotti è presente la dicitura, evidenziata in rosso, “Prodotto in Magazzino in Italia - Consegna in 24h/48h”.

5. In realtà, vari consumatori lamentano di aver ricevuto mascherine del tutto difformi da quelle reclamizzate *online*, in quanto prive delle certificazioni che comproverebbero le caratteristiche pubblicizzate (finanche del marchio CE che il Professionista si riserva di inviare successivamente tramite *e-mail*, circostanza questa non ancora attestata). Nello specifico, nelle segnalazioni si riporta che il Professionista avrebbe consegnato “una mascherina di dubbia provenienza e fattura, con nessuna indicazione incisa circa la provenienza e la certificazione, oltretutto senza alcun imballaggio esterno”<sup>1</sup> o caratterizzate da una “lavorazione talmente artigianale dove un elastico giallo di cartolibreria sorregge del cotone di dubbia provenienza”<sup>2</sup>, supportando tali descrizioni con immagini delle mascherine effettivamente recapitate.

6. In particolare, alcuni consumatori hanno allegato, da un lato, l’immagine delle mascherine ricevute, che mostrano un aspetto del tutto anonimo e l’assenza di ogni indicazione sul produttore, dall’altro lato, le ricevute d’acquisto<sup>3</sup> in cui le mascherine vengono descritte come modelli di “Mascherina protettiva MacoPharma”, con l’uso dello stesso marchio utilizzato, in modo evidentemente improprio, nel *link* relativo alla vendita del modello non qualificato come prodotto in Italia.

7. Sullo stesso sito *internet* sono anche promossi e venduti alcuni dispositivi medici (cc.dd. “mascherine chirurgiche”) al prezzo unitario di 3,99 euro, in relazione ai quali, al pari dei dispositivi di protezione individuale di cui sopra, i consumatori lamentano il prezzo eccessivo. Generale, inoltre, è la doglianza relativa a sensibili e sistematici ritardi nella consegna.

8. Pertanto, sulla base delle informazioni acquisite in atti, è stato avviato il procedimento istruttorio PS11736, ai sensi dell’art. 27, comma 3, del Codice del Consumo, nonché ai sensi dell’art. 6 del Regolamento, al fine di verificare l’esistenza di pratiche commerciali scorrette in violazione degli artt. 20, 21 comma 1 lettera *b*), 21, comma 3, 23, lettera *t*), 24 e 25, comma 1, lettera *c*), del Codice del Consumo.

9. Parti del procedimento sono la società Tiger Group S.r.l., proprietaria del sito *internet* <https://www.tigershop.it/>, in qualità di professionista, e l’Associazione Federconsumatori, in qualità di segnalante.

---

<sup>1</sup> Cfr. segnalazione dell’Associazione Federconsumatori, prot. n. 0030775 del 3 aprile 2020.

<sup>2</sup> Cfr. denuncia prot. n. 0029157 del 26 marzo 2020.

<sup>3</sup> Cfr. denunce prott. nn. 0029157 del 26 marzo 2020 e 0030987 del 6 aprile 2020.

**10.** In sintesi, le condotte sopra descritte appaiono contrarie alla diligenza professionale e idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio, inducendolo ad assumere decisioni di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso, sulla base di una ingannevole e ambigua rappresentazione della realtà che sfrutta la situazione di emergenza sanitaria esistente e sembrerebbe suscettibile di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori.

**11.** In particolare, la diffusione di *claim* relativi all'asserita efficacia delle mascherine in termini di prevenzione, unitamente all'utilizzo di immagini e descrizioni relative a prodotti riportanti marchi noti ed affidabili, nonché alla pubblicizzazione di certificazioni che non risultano né ottenute né esibite e dimostrate ai consumatori (risultando, quindi, i dispositivi offerti sprovvisti di validazione da parte delle autorità sanitarie nazionali anche con riferimento alle procedure in deroga di valutazione straordinaria introdotte dall'art. 15 del d.l. n. 18/2020), appaiono in grado di ingannare i consumatori circa le effettive caratteristiche e l'efficacia dei prodotti offerti dal Professionista nel garantire effettivamente la prevenzione pubblicizzata. Tali condotte sembrano, quindi, idonee a indurre i consumatori, con modalità scorrette, a determinarsi all'acquisto dei prodotti pubblicizzati, in violazione dell'art. 21, comma 1, lettera b) del Codice del Consumo.

**12.** Peraltro, nella misura in cui i prodotti offerti in vendita *online* dal Professionista non hanno le specifiche caratteristiche preventive e protettive pubblicizzate, i comportamenti posti in essere attraverso il sito <https://www.tigershop.it/> potrebbero risultare in grado di porre in pericolo la salute dei consumatori, inducendoli a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza, in violazione dell'art. 21, comma 3 del Codice del Consumo.

**13.** Inoltre, le suggestive indicazioni in merito alla scarsa disponibilità dei prodotti offerti in vendita ("*ultimi pezzi disponibili*") e alla rapidità dei tempi di consegna, tenuto conto dello stato di particolare preoccupazione derivante dalla estesa propagazione del menzionato *virus* e dalla difficoltà di reperimento delle mascherine, potrebbero indurre ingannevolmente i consumatori a determinarsi all'acquisto del prodotto, in violazione dell'art. 23, lettera t), del Codice del Consumo.

**14.** In aggiunta agli aspetti di scorrettezza sopra individuati, le condotte poste in essere da Tiger Group S.r.l. appaiono connotate da profili di aggressività in quanto il Professionista, attraverso il riferimento all'efficacia preventiva delle mascherine poste in vendita e all'importanza di effettuare l'acquisto immediatamente per ricevere i prodotti in tempi rapidi, sfrutta indebitamente la situazione di grave emergenza sanitaria in corso, per indurre il consumatore all'acquisto dei prodotti reclamizzati, senza poi procedere alla effettiva consegna dei prodotti offerti, oppure consegnando – spesso senza rispettare le tempistiche indicate – prodotti con caratteristiche profondamente diverse e, cosa particolarmente grave, privi delle specifiche funzioni preventive e protettive pubblicizzate e/o fabbricati da produttori diversi. Tali comportamenti, posti in essere in un momento in cui la capacità di valutazione dei consumatori risulta già alterata dalla situazione di particolare allarme sanitario dovuta al costante aumento del numero dei soggetti contagiati e al rischio di mortalità conseguente alla contrazione del *virus* COVID-19, appaiono quindi in contrasto con gli artt. 24 e 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo.

**15.** Del pari, la lamentata applicazione di prezzi elevati, proprio a partire dalla significativa diffusione del *virus*, che ha comportato una difficoltà di reperimento di tali prodotti, potrebbe integrare una violazione del citato art. 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo, sostanziandosi nello sfruttamento da parte del Professionista della grave situazione di emergenza



sanitaria in atto, tale da alterare la capacità di valutazione del consumatore, al fine di indurlo all'acquisto delle mascherine a prezzi maggiorati.

## II. VALUTAZIONI

**16.** Gli elementi sopra descritti inducono a ritenere sussistenti, *prima facie*, le condotte contestate al Professionista, che risultano poste in essere in violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettera b), 21, comma 3, 23, lettera t), 24 e 25, comma 1, lettera c), del Codice del Consumo.

**17.** Sulla base di quanto sopra esposto, sotto il profilo del *fumus boni iuris*, risulta che il Professionista adotti modalità di promozione e vendita dei prodotti in esame che appaiono ingannevoli e aggressive, in spregio ai diritti dei consumatori, i quali, essendo sensibilmente condizionati dall'attuale situazione di emergenza sanitaria, sono così influenzati nella loro capacità decisionale e indotti a effettuare scelte commerciali che non avrebbero altrimenti effettuato.

**18.** Sotto il profilo del *periculum in mora*, vale osservare che il sito internet <https://www.tigershop.it/> risulta attivo e presenta uno spiccato grado di offensività, potendo raggiungere un elevato numero di consumatori che, a causa delle affermazioni in esso contenute e della convinzione in essi generata circa le specifiche caratteristiche, l'efficacia preventiva e la celere tempistica di consegna dei prodotti pubblicizzati, possono essere indotti all'acquisto immediato degli stessi e perfino a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.

**19.** Si rileva, nello specifico, l'indifferibilità dell'intervento data la gravità delle pratiche commerciali in esame che, facendo leva sull'esponentiale diffusione del COVID-19, sfruttano la tragica pandemia in atto per orientare i consumatori all'acquisto dei prodotti reclamizzati.

CONSIDERATO che, alla luce delle suesposte considerazioni, sussistono le esigenze di estrema gravità, urgenza e indifferibilità del provvedimento cautelare dell'Autorità ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, consistenti:

i) nell'attualità delle condotte contestate;

ii) nel coinvolgimento della generalità dei consumatori in ragione della esponentiale diffusione del COVID-19;

iii) nello sfruttamento della tragica pandemia in atto per orientare i consumatori all'acquisto;

RITENUTO, pertanto, che dall'esame degli atti del procedimento emergano elementi tali da avvalorare la necessità di provvedere con particolari esigenze di indifferibilità, al fine di impedire che la pratica commerciale sopra descritta - consistente nell'indurre i consumatori, per il tramite del sito web <https://www.tigershop.it/>, ad acquistare *on line* i prodotti pubblicizzati sul falso presupposto della loro valenza preventiva, della provenienza da produttori affidabili, del possesso di caratteristiche qualitative e tecniche nonché della rapidità di consegna - continui ad essere posta in essere nelle more dello svolgimento del procedimento di merito;

RITENUTO, dunque, che sussistano i presupposti per l'adozione di misure cautelari provvisorie ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento nei confronti del Professionista con riferimento al sito web <https://www.tigershop.it/>;

## DISPONE

a) che, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Codice del Consumo e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento, il Professionista, dalla data di comunicazione del presente provvedimento, sospenda immediatamente la promozione e vendita, attraverso il nome a dominio <https://www.tigershop.it/>, dei dispositivi individuali di protezione che risultino difformi da quelli pubblicizzati, in termini di caratteristiche qualitative e tecniche, certificazioni/validazioni e provenienza, e che non siano disponibili per la consegna entro i tempi indicati;

b) che il Professionista presenti, entro tre giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, una relazione che dia conto delle iniziative assunte in ottemperanza a quanto disposto *sub a*);

c) che la parte interessata possa, entro sette giorni dalla notifica del presente provvedimento, presentare memorie scritte e documenti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

p. IL PRESIDENTE  
il Componente anziano  
*Gabriella Muscolo*

---

---

*Autorità garante  
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale  
Anno XXX- N. 15 - 2020

---

*Coordinamento redazionale*

Giulia Antenucci

*Redazione*

Sandro Cini, Valerio Ruocco, Simonetta Schettini,  
Manuela Villani  
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato  
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche  
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma  
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

---

*Realizzazione grafica*

Area Strategic Design

---