

Provvedimento

PI6208 - FAIR GUIDE-AGGIORNAMENTO DATI

tipo Chiusura istruttoria
numero 18321
data 24.04.2008

PUBBLICAZIONE

Bollettino n. 16/2008

▼ **Procedimento collegato (esito)**

 - Ingannevole

▼ **Testo Provvedimento**

PI6208 - FAIR GUIDE-AGGIORNAMENTO DATI

Provvedimento n. 18321

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 aprile 2008;

SENTITO il Relatore Presidente Antonio Catricalà;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*, come modificato da ultimo dai Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

VISTO il Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, di cui al D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284, sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*", adottato con delibera dell'Autorità pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. RICHIESTA DI INTERVENTO

Con richiesta di intervento pervenuta in data 22 giugno 2007, un'impresa, in qualità di utente finale del servizio, ha segnalato la presunta ingannevolezza di un messaggio pubblicitario, volto a promuovere un'attività di aggiornamento dei dati delle imprese svolta dalla società CD Publisher Construct Data Verlag AG (di seguito, CDV), con sede in Austria, in una guida denominata "Fair Guide", disponibile sul sito internet *www.fairguide.com*. In particolare, il messaggio segnalato è rappresentato da comunicazioni inviate per posta dalla predetta società, ricevute dal segnalante in data 16 marzo 2007.

Nella richiesta di intervento si evidenzia la presunta ingannevolezza del messaggio in esame nella misura in cui viene dissimulato il carattere oneroso dell'inserzione pubblicitaria oggetto dell'allegato, attraverso il richiamo al carattere gratuito dell'attività di mero aggiornamento dei dati.

II. MESSAGGIO

Il messaggio, volto a promuovere l'attività editoriale denominata "*Guida degli espositori Fair Guide*" si compone di una pagina di presentazione dell'iniziativa e di un allegato che riporta prestampati i dati dell'impresa destinataria della comunicazione. Nella prima pagina, sono riportate le seguenti affermazioni "*Egregi Signori, l'attualizzazione dei vostri dati esistenti nel catalogo degli espositori è*

necessaria per permettere agli operatori un contatto senza problemi con la Vostra azienda e per assicurare che vengano pubblicati solo dati corretti. I dati attualmente memorizzati possono essere verificati sul modulo allegato”.

Nel secondo capoverso della pagina, sono illustrate le modalità per poter procedere alle correzioni dei dati: “Vi invitiamo a provvedere alle correzioni necessarie utilizzando www.fairguide.com. A modifica effettuata, la Vostra registrazione gratuita avrà lo status di verificata nell’inserzione, con classificazione prioritaria nei risultati di ricerca. Per un annuncio pubblicitario a pagamento, Vi preghiamo di utilizzare il modulo d’ordine allegato. Attualizzazioni in forma gratuita possono essere eseguite solo online”.

L’allegato dell’illustrata prima pagina reca prestampati i dati dell’impresa. Al di sotto del titolo “Guida degli espositori a fiere ed esposizioni” è presente la dicitura “La preghiamo di confermare i dati corretti con una x. Questo formulario serve unicamente per la corretta inserzione dei vostri dati sotto forma di un annuncio pubblicitario”.

Successivamente il responsabile dell’aggiornamento è chiamato ad “apporre le correzioni direttamente nei campi preposti” per poi specificare che “la vostra inserzione è stata sinora pubblicata facendo riferimento alla seguente esposizione (è possibile aggiungerne altre)”.

Nella sezione inferiore dell’allegato sono riportate le seguenti affermazioni: “Ordine: diamo il nostro consenso al trattamento dei dati forniti su questo modulo affinché vengano pubblicati come inserzione pubblicitaria assegnando alla Construct Data Verlag AG l’ordine di pubblicarli per i prossimi tre anni nel catalogo delle fiere e degli espositori www.fairguide.com. L’ordine è irrevocabile ed a pagamento a meno che non venga revocato tramite lettera raccomandata...I costi annuali ammontano ad Euro 1171 e sono da pagarsi annualmente a presentazione fattura.”...“L’ordine si prolunga automaticamente di anno in anno se la disdetta non proviene con lettera raccomandata al più tardi entro tre mesi”. Seguono le indicazioni relative al foro competente e alla legge applicabile al contratto.

III. COMUNICAZIONI ALLE PARTI

In data 3 luglio 2007, è stato comunicato al segnalante e alla società CDV, in qualità di operatore pubblicitario, l’avvio del procedimento, precisando, che l’eventuale ingannevolezza del messaggio pubblicitario oggetto della richiesta di intervento sarebbe stata valutata ai sensi degli artt. 19, 20, 21 e 23, comma 1, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell’entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, con riguardo all’idoneità, per le modalità con cui sono presentate le informazioni sulla natura e i costi dell’iniziativa pubblicizzata, ad indurre in errore il destinatario in relazione alla natura pubblicitaria del messaggio e alle condizioni economiche di fruizione dell’offerta pubblicizzata.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stato richiesto alla società CDV, in qualità di operatore pubblicitario, ai sensi dell’articolo 5, comma 2, lettera a), del D.P.R. n. 284/03, di fornire informazioni e relativa documentazione (anche a diffusione interna) riguardanti le caratteristiche economiche dell’iniziativa editoriale pubblicizzata, specificando in particolare caratteristiche, condizioni e termini di fruizione della stessa.

In data 11 luglio 2007 e 29 ottobre 2007, sono pervenute due note difensive da parte della CDV, in cui si rappresenta in sintesi quanto segue:

– il catalogo “Fair Guide”, cui è riconducibile la diffusione dei moduli oggetto della presente valutazione, è strutturato come un motore di ricerca che consente di individuare sia a quali fiere partecipa un determinato espositore sia quali tipologie di espositori partecipano a determinati eventi fieristici, permettendo una ricerca più mirata mediante l’utilizzo di criteri di individuazione maggiormente restrittivi come quello geografico e merceologico. I dati degli espositori sono pubblicati gratuitamente sul sito www.fairguide.com. Tuttavia, essi possono decidere di sottoscrivere con la CDV anche un contratto di inserzione a titolo oneroso con la pubblicazione di ulteriori elementi grafici relativi alla propria attività. Per promuovere la stipulazione di tali contratti, CDV invia per posta moduli pubblicitari con cui vengono riportati, da un lato, il nome della fiera e, dall’altro, le condizioni del contratto pubblicitario;

– la parte ha rappresentato che il messaggio oggetto della presente valutazione, nel differenziarsi dalle precedenti versioni già oggetto di analisi da parte dell’Autorità, presenta una serie di elementi tali da escludere la possibilità di induzione in errore dei destinatari del messaggio, rendendo

immediatamente riconoscibile il carattere pubblicitario del messaggio diffuso.

In primo luogo, la presentazione della proposta contrattuale avviene su due pagine distinte, ove la seconda è destinata esclusivamente a commissionare un'inserzione pubblicitaria. Inoltre, in apertura della seconda pagina, è posta l'espressa avvertenza circa la circostanza che il formulario *"serve unicamente per la corretta inserzione dei vostri dati sotto forma di un annuncio pubblicitario individuale"*. Pertanto, anche il lettore più sprovveduto che non leggesse la prima pagina o che non intendesse leggere nemmeno le condizioni contrattuali poste in calce al volantino prima di apporre la firma, viene espressamente avvertito sulla funzione del formulario. Infatti, pubblicare un *"annuncio pubblicitario individuale"* rappresenta un servizio che non può non prevedere il pagamento di un corrispettivo in denaro. Più in generale, nel *layout* grafico adottato per la seconda pagina, contenente il modulo di sottoscrizione contrattuale, non è rinvenibile alcun elemento grafico o espressivo che faccia riferimento ad un carattere asseritamente gratuito dell'iniziativa editoriale proposta.

Anche nella prima pagina viene evidenziata la connessione tra l'onerosità dell'inserzione pubblicitaria e la compilazione del modulo d'ordine attraverso l'indicazione *"Per un annuncio pubblicitario a pagamento, Vi preghiamo di utilizzare il modulo d'ordine allegato"*. Tra l'altro, la stessa terminologia *"ordine"* viene utilizzata nella prassi commerciale per indicare il conferimento di un incarico relativo ad un bene o alla prestazione di un servizio.

Infine, l'attività di attualizzazione dei dati, distinta dalla sottoscrizione di un'inserzione pubblicitaria, può essere esercitata esclusivamente *on line*, accedendo al sito *www.fairguide.com*. Ciò rafforza il carattere di chiarezza e trasparenza relativo alla funzione svolta dalla seconda pagina del modulo posto che chi voglia attualizzare o correggere un dato non più attuale, può farlo solo connettendosi al sito *web*;

– il messaggio oggetto di segnalazione è stato diffuso in un'unica occasione e, precisamente, in un'operazione di *test mailing* avvenuta nel maggio 2007, con ricezione del messaggio da parte dei destinatari presumibilmente nel giugno 2007. In particolare, tale operazione è rappresentata dall'invio del messaggio ad un numero ridotto di destinatari al fine di verificare la reazione del mercato rispetto ad esso.

Bozza della comunicazione oggetto della presente valutazione era già stata depositata in atti nel corso di un'audizione tenutasi presso la sede dell'Autorità in data 11 giugno 2007 nell'ambito del procedimento IP18, ma inviata ben prima della predetta data dell'11 giugno 2007. Tuttavia, CDV, come già rappresentato in tale occasione, si riserva di apportare alla comunicazione ulteriori modifiche atte ad evidenziare ulteriormente sia il carattere di proposta contrattuale del modulo sia l'onerosità della sua sottoscrizione.

In data 5 dicembre 2007 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

In via preliminare, si rileva che la valutazione della fattispecie in esame è effettuata ai sensi del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

Il messaggio oggetto di segnalazione, contenuto in un modulo inviato su iniziativa dell'operatore pubblicitario presso destinatari dallo stesso individuati, prospetta una complessa iniziativa editoriale che consente di inserire i propri dati in una speciale guida disponibile in *internet*.

L'iniziativa editoriale pubblicizzata si articola in due distinte formule.

Da un lato, si tratta dell'offerta di un servizio minimo gratuito, in quanto limitato alla corretta inserzione dei dati già disponibili, da effettuare direttamente sul sito *www.fairguide.com*, cioè corretti o aggiornati nel caso in cui, rispetto al modulo stampato sulla seconda pagina, siano presenti errori o siano intervenute modifiche in ordine alle generalità o all'indirizzo dell'inserzionista stesso. In tal senso depongono le affermazioni: *"Egregi Signori, l'attualizzazione dei vostri dati esistenti nel catalogo degli espositori è necessaria per permettere agli operatori un contatto senza problemi con la Vostra azienda e per assicurare che vengano pubblicati solo dati corretti. I dati attualmente memorizzati possono essere verificati sul modulo allegato"*; *"Vi invitiamo a provvedere alle correzioni necessarie utilizzando www.fairguide.com"*.

Dall'altro, nella seconda pagina, viene presentata un'offerta relativa ad un servizio aggiuntivo a pagamento, rappresentato da una *"inserzione pubblicitaria"* per un ammontare pari *"ad Euro 1171"* riportata per *"tre anni nel catalogo delle fiere e degli espositori www.fairguide.com. L'ordine è irrevocabile ed a pagamento a meno che non venga revocato tramite lettera raccomandata"*.

L'ordine si rinnova automaticamente *“se la disdetta non proviene con lettera raccomandata al più tardi entro tre mesi”*.

In considerazione del descritto carattere articolato dell'offerta e delle modalità di diffusione, il messaggio in esame si caratterizza per un contenuto ambiguo e contraddittorio. La scelta di inserire i dati da correggere nello stesso modulo che può essere utilizzato anche per l'inserzione pubblicitaria, unita alla circostanza di proporre con la medesima comunicazione due offerte di carattere fra loro diametralmente opposto, rendono il messaggio un confuso viluppo di dichiarazioni e rappresentazioni. In assenza di inequivoci ed immediati elementi espressivi circa il carattere contrattuale ed oneroso della proposta contenuta nella seconda pagina e di accorgimenti editoriali idonei a separare quest'ultima dall'iniziativa di aggiornamento, non risulta immediatamente riconoscibile la natura dell'iniziativa a pagamento, cui sono connesse onerose condizioni economiche. Va inoltre rilevato come la modalità di diffusione del modulo avrebbe dovuto imporre all'operatore pubblicitario un particolare onere di chiarezza circa il carattere articolato dell'iniziativa e l'onerosità del rapporto contrattuale instaurato una volta sottoscritta la proposta riportata nella seconda pagina. Infatti, il messaggio in esame viene inviato presso il domicilio degli stessi destinatari dell'iniziativa, senza un'espressa richiesta in tal senso. Tale circostanza può ingenerare nel destinatario della comunicazione il ragionevole convincimento che la compilazione del modulo e la relativa sottoscrizione non comporti alcun onere economico. In particolare, i destinatari sono indotti ad apporre la firma nell'erronea convinzione che tale operazione faccia parte di un'operazione di aggiornamento richiesta nel principale interesse di un'iniziativa editoriale dell'operatore pubblicitario CDV e, per tale motivo, senza alcun onere .

Le predette considerazioni impediscono di accogliere quanto prospettato dall'operatore secondo cui la scelta di inviare due pagine distinte e consentire l'attualizzazione gratuita soltanto *on line* unita alla terminologia impiegata nella seconda pagina, ove si fa riferimento ad una *“corretta inserzione dei vostri dati sotto forma di un annuncio pubblicitario”*, sarebbero accorgimenti idonei a evidenziare con chiarezza l'onerosità di una delle due offerte editoriali. Infatti, la modalità di diffusione prescelta e il contesto generale di presentazione del messaggio comporta che l'attenzione dei destinatari sia distratta dalla complessa e articolata natura dell'offerta, facendo erroneamente ritenere che si possa procedere all'aggiornamento dei dati senza sostenere oneri economici. D'altra parte, l'indicazione *“La preghiamo di confermare i dati corretti con una x. Questo formulario serve unicamente per la corretta inserzione dei vostri dati sotto forma di un annuncio pubblicitario”* presenta un contenuto ambiguo posto che fa riferimento ad un'attività di attualizzazione che fa parte anche dell'iniziativa gratuita.

Alla luce di queste considerazioni, il messaggio in esame risulta ingannevole nella misura in cui non consente ai destinatari di percepire le caratteristiche dell'iniziativa pubblicizzata e la sussistenza di gravose condizioni economiche rispetto all'inserzione pubblicitaria, in violazione degli articoli 19, 20 e 21 del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146. Allo stesso tempo, il messaggio, laddove contiene la promozione di un'iniziativa editoriale a pagamento sottesa ad un'attività di aggiornamento di dati a titolo gratuito, induce in errore il destinatario in relazione alla propria natura pubblicitaria in violazione dell'articolo 23, comma 1, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

Ai sensi dell'articolo 26, comma 7, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, con la decisione che accoglie il ricorso, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 a 100.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso di specie, infatti, la condotta è stata posta in essere prima del 21 settembre 2007, data di entrata in vigore dei medesimi Decreti Legislativi n. 145/07 e n. 146/07.

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

Nel caso di specie, con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto delle particolari modalità di diffusione (a mezzo posta) e dell'ampiezza della diffusione (a livello nazionale), elementi che

hanno reso i messaggi suscettibili, pertanto, di raggiungere direttamente e in maniera capillare i destinatari, pregiudicando un cospicuo numero di soggetti destinatari di tali moduli d'ordine. In ordine alla durata della violazione, deve considerarsi che la stessa, in base alle evidenze agli atti, risulta di media durata dal momento che i messaggi risultano diffusi nell'arco di due mesi, tra maggio e giugno del 2007.

Tenuto conto di tali elementi, l'importo della sanzione è, pertanto, fissato nella misura di 21.100 € (ventunomilacentο euro).

Considerato, altresì, che sussiste nel caso di specie la circostanza aggravante della recidiva, in quanto l'operatore pubblicitario risulta essere destinatario di provvedimenti di inottemperanza [Cfr. *Provvedimento n. 15531, del 24 maggio 2006, caso PI5072 "Pubblicazione Fair Guide", in Boll. n. 21/2006.*] in violazione del Titolo III, Capo II, del Decreto Legislativo n. 206/05, si ritiene di irrogare alla società CD Publisher Construct Data Verlag AG una sanzione di importo pari a 41.100 € (quarantunomilacentο euro).

RITENUTO, pertanto, che il messaggio in esame è idoneo a indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche, alla natura e alle condizioni economiche dell'iniziativa pubblicizzata, potendo, per tale motivo, pregiudicarne il comportamento economico, ai sensi dell'articolo 21 e 23, comma 1, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

DELIBERA

a) che il messaggio pubblicitario descritto al punto II del presente provvedimento, diffuso dalla società CD Publisher Construct Data Verlag AG, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 19, 20, 21 e 23, comma 1, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che, per la violazione di cui alla lettera a), alla società CD Publisher Construct Data Verlag AG sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 41.100 € (quarantunomilacentο euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 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 verrà notificato 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'articolo 27, comma 13, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà