

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 luglio 2016;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Be Beauty GmbH (di seguito anche Be Beauty) in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo, avente sede in Germania ed attivo nel settore dei siti di incontri attraverso il sito *internet* in lingua italiana *www.edates.it* dove promuove gli incontri tra i propri utenti mediante una piattaforma che consente loro di indicare un proprio profilo e di entrare in contatto con gli altri iscritti. Il professionista non ha fornito i propri dati contabili.

2. Le associazioni dei consumatori *Codacons* e *Nero su Bianco*, in qualità di segnalanti.

II. LE CONDOTTE CONTESTATE

3. Oggetto del presente procedimento sono le condotte poste in essere dal professionista consistenti:

a) nella promozione, sul proprio sito *internet* in lingua italiana *www.edates.it*, dei servizi offerti ai consumatori mediante modalità informative ingannevoli e omissive in ordine a diversi elementi essenziali quali le caratteristiche del servizio, il funzionamento dello stesso con particolare riferimento al rinnovo automatico dell'abbonamento, ed i relativi costi effettivi;

b) nel frapporre ostacoli all'esercizio di diritti contrattuali, quali il diritto di recesso e di risoluzione anticipata dell'abbonamento, unitamente all'invio di ripetuti solleciti di pagamento alle *email* degli utenti e agli addebiti sulle carte di credito utilizzate dai consumatori, relativi alle somme pretese dal professionista a titolo di corrispettivo per servizi non richiesti consapevolmente dai consumatori;

c) nel presentare le indicazioni relative ai recapiti telefonici e telematici del professionista, necessari al consumatore per contattarlo e comunicare efficacemente con quest'ultimo, nonché relative al diritto applicabile (quello tedesco) ed al luogo di adempimento del contratto (Germania) in contrasto con quanto disposto dagli artt. 49, comma 1, lettera *c*) e 66 *bis* del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

4. Nelle date del 23 e 27 luglio e 14 settembre 2015, 19 aprile e 3 maggio 2016 sono stati realizzati rilievi d'ufficio sul sito *internet* del professionista *www.edates.it* e acquisite agli atti del procedimento le relative pagine *web*¹.

5. A seguito del cospicuo numero di richieste di intervento dei consumatori e delle associazioni Codacons e *Nero su Bianco*, pervenute a partire dalla fine del 2012², in data 24 dicembre 2015 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS8674 nei confronti del professionista per

¹ Cfr. docc. nn. 263, 269 e 270 del fascicolo istruttorio.

² Cfr. docc. nn. 1 - 262 del fascicolo istruttorio. Le ultime segnalazioni pervenute risalgono al mese di gennaio 2015.

possibile violazione degli artt. 20, 21, comma 1, lettere *b)* e *d)*, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, nonché degli artt. 49, lettere *b)* e *c)*, e 66 *bis* del Codice del Consumo³.

6. Il 31 marzo 2016 è stata richiesta assistenza, ai sensi del Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70 - recante “*Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società di informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico*”, al *Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie* tedesco, tramite il sistema di notifiche IMI⁴. In data 26 maggio 2016, infine, l’Autorità ha notificato alla Direzione Generale Mercato Interno della Commissione Europea ed alla competente autorità tedesca la possibile adozione di provvedimenti inibitori nei confronti delle società Be Beauty GmbH⁵.

7. In data 10 maggio 2016 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell’art. 16, comma 1, del Regolamento⁶.

8. Il professionista non ha prodotto alcuna memoria né nel corso dell’istruttoria, né a seguito della comunicazione della conclusione della fase istruttoria.

2) *Le evidenze acquisite*

9. I documenti agli atti consistono in una mole assai rilevante di segnalazioni pervenute da consumatori presenti su tutto il territorio nazionale⁷, nonché nei rilievi effettuati d’ufficio in più occasioni (23 e 27 luglio e 14 settembre 2015, 19 aprile e 3 maggio 2016) riguardanti l’acquisizione delle pagine *web* dal sito *internet www.edates.it* aventi ad oggetto la presentazione dei servizi offerti dal professionista e le condizioni economiche di accesso a tali servizi per i consumatori che consultino il predetto sito *internet*.

10. Dalle evidenze agli atti è emerso che il professionista si definisce *Premium Dating Club d’Italia for Beautiful People*. Attraverso il sito aziendale, infatti, Be Beauty promuove la possibilità per i consumatori di procedere alla “*Registrazione gratuita e non vincolante*” al sito di incontri ed

³ Cfr. doc. n. 264 del fascicolo istruttorio.

⁴ Cfr. doc. n. 268 del fascicolo istruttorio.

⁵ Cfr. docc. nn. 274 e 276 del fascicolo istruttorio.

⁶ Cfr. docc. nn. 271, 272 e 273 del fascicolo istruttorio.

⁷ Sono pervenute più di 220 segnalazioni che riferiscono delle medesime condotte sistematicamente poste in essere dal professionista, a fronte di lievi cambiamenti rispetto all’entità degli esborsi pecuniari richiesti ai consumatori.

inserisce, sull'*homepage*, un riquadro cliccabile che reca l'indicazione "ISCRIZIONE GRATUITA" (cfr. Fig. 1).

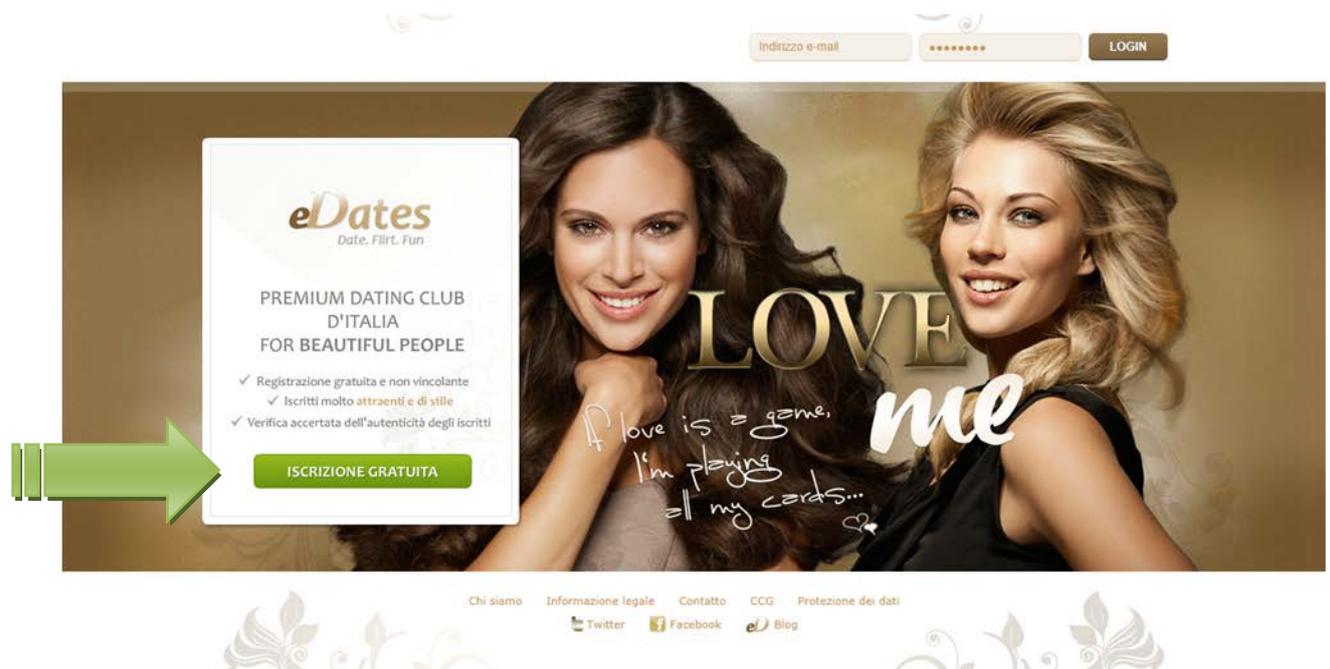


Fig. 1

11. Più precisamente, al consumatore che accede al sito *edates*, dopo aver cliccato il riquadro in questione, viene richiesto di compilare alcune voci con i propri dati (nome, indirizzo *e-mail* e relativa *password*). Proseguendo nella registrazione, si compila una scheda dal titolo "PROFILO" inserendo data di nascita, nazione e regione, CAP, sesso ed una breve descrizione di se stessi cui seguono altri elementi - da selezionare - sull'aspetto esteriore, l'istruzione scolastica e professione, interessi e gusti personali, lingua/nazionalità/fede religiosa. E', inoltre, possibile caricare le proprio foto.

12. Una volta confermata l'iscrizione, il sito invia una comunicazione all'indirizzo *mail* dell'utente per procedere all'attivazione finale dell'iscrizione stessa a *edates*. Da questo momento in poi, quando si collega al sito fornendo il proprio *account*, l'utente iscritto riceve un messaggio di benvenuto e la notifica dei messaggi ricevuti, nonché delle "annotazioni nel *guestbook*" (cfr. Fig. 2).

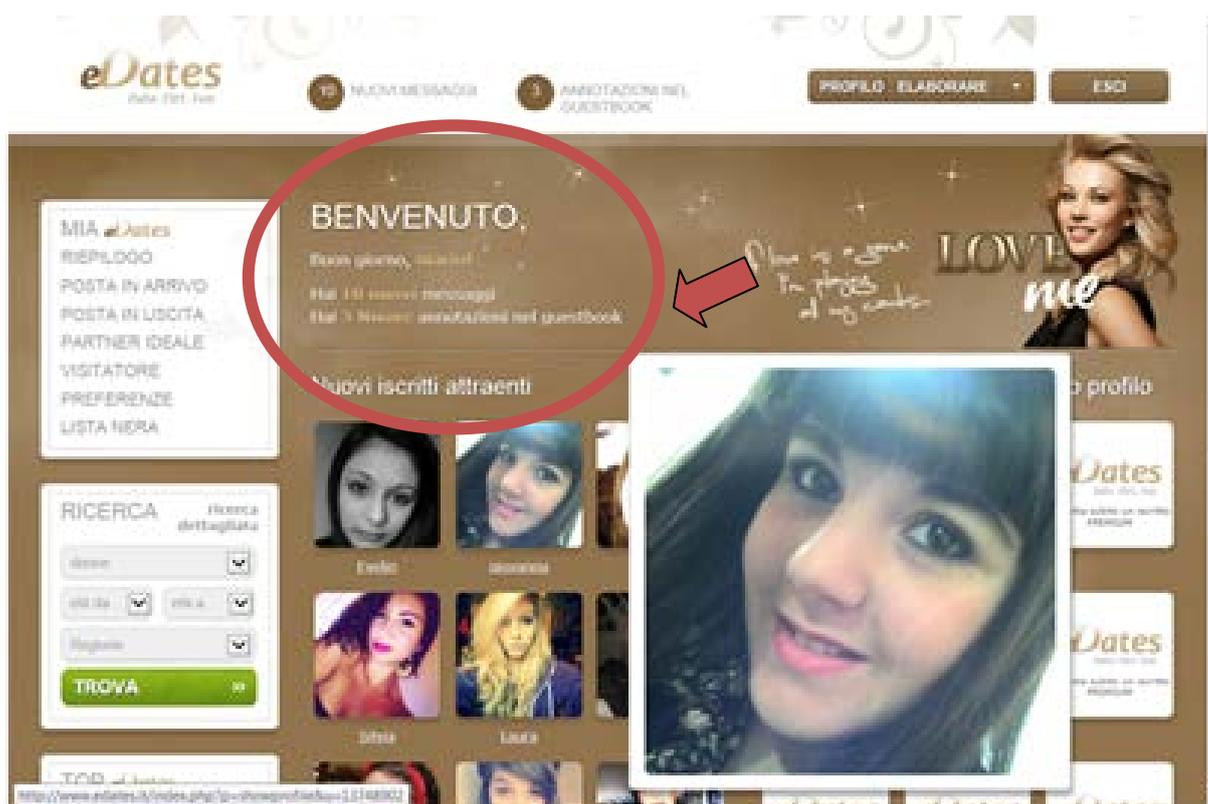


Fig. 2

13. Tuttavia, nel momento in cui l'utente iscritto cerca di leggere i messaggi o le annotazioni nel *guestbook* ricevute o cerca di entrare in una qualsiasi delle voci presenti nel *menu* a sinistra (riepilogo/posta in arrivo e in uscita/*partner* ideale/visitatore ecc.), non è possibile accedere ad alcuna delle suddette funzionalità del sito, ma la navigazione rinvia direttamente alla schermata relativa alla stipula dell'abbonamento (di prova o semestrale) a pagamento, intitolata “*ATTIVARE IN MODO SICURO*”.

In altri termini, l'utente registrato non può effettivamente fruire dei servizi pubblicizzati fino a quando non diventi un abbonato a pagamento (cfr. Fig. 3).



Fig. 3

14. Con riguardo alle condotte poste in essere dal professionista successivamente all'iscrizione da parte del consumatore e all'attivazione dell'abbonamento di prova per due settimane, va evidenziato quanto emerso dal copioso numero di segnalazioni pervenute⁸: una volta acquisiti l'indirizzo *email* e le generalità che il consumatore ha fornito per accedere ai servizi pubblicizzati (“*Leggi i messaggi, Scrivi nel libro degli ospiti, Leggi nel libro degli ospiti*”), a conclusione del relativo periodo di prova dell'abbonamento, quest'ultimo, all'insaputa del consumatore stesso, si trasforma automaticamente in un abbonamento *premium* che ha una durata maggiore pari a sei mesi e comporta un esborso pecuniario significativamente superiore pari a 76 euro al mese.

15. Inoltre, gli utenti si sono spesso trovati vincolati all'abbonamento *premium* per un ulteriore periodo di tempo di durata pari a quella originaria (ovvero altri sei mesi) a causa del meccanismo di rinnovo tacito del contratto stesso. In proposito, i consumatori lamentano di non essere riusciti a interrompere il rapporto contrattuale in quanto le condizioni per esercitare il recesso o chiedere la risoluzione anticipata del contratto e, dunque impedirne

⁸ Cfr., inter alia, docc. nn. 1, 2, 3, 10, 13, 16, 18, 22, 24, 26, 31, 39, 40, 46, 58, 59, 60, 62, 64, 68, 70, 80, 90, 100, 120, 130, 140, 150, 165, 166, 172, 200, 235, 245256, 260, 261 del fascicolo istruttorio.

il rinnovo tacito, sono di difficile comprensione ed attuazione.

16. Al riguardo, si rileva che le *condizioni commerciali generali (CCG) del portale internet per contatti “edates”* - richiamate con caratteri grafici di minore rilievo in calce alla schermata relativa al pagamento degli abbonamenti - prevedono diverse modalità per recedere a seconda che il consumatore abbia proceduto all'iscrizione gratuita o alla stipula dell'abbonamento (di prova o semestrale). Infatti, l'art. 7⁹ delle CCG prevede che sia possibile interrompere il rapporto con il professionista chiudendo il profilo su Edates o inviando una *email* unicamente nel caso di iscrizione gratuita al sito stesso.

Diversamente, per gli abbonamenti a titolo oneroso (il c.d. abbonamento di prova e l'abbonamento semestrale) è necessario inviare una raccomandata o spedire un *fax* al professionista con un preavviso pari ad almeno otto settimane prima della scadenza dell'abbonamento semestrale o 1 settimana prima della scadenza dell'abbonamento di prova. Sul punto, si evidenzia che i segnalanti hanno lamentato che il numero di *fax* risulta spesso non raggiungibile e che, da accertamenti svolti d'ufficio sul sito *edates.it*, tale numero non è più indicato quantomeno a partire dallo scorso 19 aprile¹⁰.

17. In generale, nelle richieste di intervento i consumatori danno ampiamente conto delle difficoltà incontrate nel tentativo di disdire l'abbonamento, del mancato funzionamento del *fax*, dell'impossibilità di rintracciare il codice cliente o il numero della transazione che il professionista richiede ai fini della validità della disdetta, del rifiuto del professionista di tenere conto della disdetta ricevuta o di accettare una comunicazione di recesso inviata prima della scadenza del termine, ma pervenuta successivamente in Germania, dell'impossibilità tecnica di chiudere l'abbonamento di prova cancellando il proprio *account*, della mancata accettazione da parte del professionista della

⁹ Art. 7 CGC: “(1) L'abbonamento gratuito può essere disdetto in qualsiasi momento e per iscritto (inviando un'e-mail, un fax, oppure tramite il modulo di contatto). L'efficacia del recesso è immediata e il profilo dell'utente viene cancellato. E' sufficiente inviare un'email dichiarando la volontà di recesso. (2) L'utente può recedere dall'abbonamento a pagamento 'abbonamento Premium' con un preavviso di 8 settimane rispetto alla scadenza del contratto. In caso di rinnovo, ovvero di mancato recesso, l'abbonamento a pagamento si rinnova continuamente per un periodo pari alla durata del primo abbonamento (per esempio 6 mesi). Il recesso deve avvenire per iscritto, solo così acquista efficacia. Viene esclusa la possibilità di inviare il recesso in forma elettronica. E' sufficiente invece l'invio di un fax. La comunicazione di recesso deve indicare il nome utente, il codice cliente, il numero della transazione o il codice di riferimento. (3) E' possibile recedere con un preavviso di 7 giorni dalle promozioni esclusive e dalle offerte di prova (purché la durata delle promozioni e delle offerte in questione sia inferiore alle quattro settimane). In caso di mancato recesso l'abbonamento di prova a pagamento (per esempio la prova di due settimane) si rinnova automaticamente trasformandosi in abbonamento di durata immediatamente superiore (attualmente pari a 6 mesi)”.

¹⁰ Cfr. docc. nn. 12, 13, 22 e 269 del fascicolo istruttorio.

mail inviata dall'utente con lo scopo di cancellare il profilo inserito a seguito della registrazione gratuita sul sito¹¹.

18. Una significativa quantità di segnalanti riferisce, altresì, di aver ricevuto da parte del professionista numerosi e ripetuti solleciti di pagamento, avvalendosi a tal fine anche di una società di recupero crediti, accompagnati dall'avvertenza che Be Beauty sarebbe ricorso alle vie legali precisando che ciò avrebbe determinato, per gli utenti che non avessero proceduto al pagamento delle somme richieste, un rilevante aumento dei costi da sostenere¹².

19. Inoltre, in numerosi casi i segnalanti lamentano che il professionista sia riuscito a (o abbia tentato di) prelevare gli importi pretesi mediante addebiti diretti sulla carta di credito collegata all'iscrizione al sito¹³. Nei casi in cui l'addebito diretto non sia stato possibile per mancanza di fondi sulla carta di credito degli utenti, il professionista ha sollecitato il pagamento a mezzo bonifico, inviando una *mail* di tenore intimidatorio di cui si riporta di seguito un esemplare¹⁴:

¹¹ Sulle varie cause di mancato riconoscimento del diritto dei consumatori di recedere dal contratto o anche solo semplicemente di eliminare il proprio profilo a seguito della cancellazione della registrazione a titolo gratuito, cfr., inter alia, docc. nn. 1, 2, 3, 4, 6, 12, 13, 22, 30, 88, 100, 110, 160, 165, 228, 250 e 261 del fascicolo istruttorio.

¹² Cfr. docc. nn. 1, 2, 3, 5, , 9, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 23, 25, 26, 29, 32, 33, 34, 42, 43, 44, 47, 49, 50, 58, 59, 60, 64, 66, 67, 69, 80, 88, 90, 100, 110, 120, 150, 165, 187, 188, 200, 228, 235, 250, 256 del fascicolo istruttorio.

¹³ Cfr. docc. nn. 1, 2, 3, 6, 18, 20, 37, 39, 42, 44, 45, 58, 63, 180, 183, 188, 194, 200, 210, 219, 229, 256 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Cfr. doc. n. 256 del fascicolo istruttorio.

Oggetto: Numero del documento: 29914022386; Be Beauty GmbH [redacted]
Da: sollecito@edates-italia.net (sollecito@edates-italia.net) [redacted]
A: [redacted]
Data: Lunedì 28 Aprile 2014 8:13

Egregio Signor [redacted]

dobbiamo purtroppo constatare che il pagamento dell'importo di EUR 138,00 da Lei dovuto per l'iscrizione Premium (pacchetto Premium dal 23.04.2014 al 04.06.2014) a www.eDates.it tramite addebito, come da contratto, sulla Sua carta di credito, non è andato a buon fine.

Utilizzando il Suo indirizzo e-mail [redacted] lei ha sottoscritto l'iscrizione per un periodo di prova. Quest'ultima, non essendo stata revocata, è stata prorogata e convertita in regolare iscrizione Premium. A riprova della Sua iscrizione a pagamento abbiamo registrato il suo indirizzo IP.

La preghiamo di effettuare un bonifico per l'importo non versato di EUR 138,00 entro il 08.05.14 sul conto bancario sotto riportato, indicando il numero del documento 29914022386.

Be Beauty GmbH
Postbank AG
IBAN: DE73 7001 0080 0058 9868 09
BIC: PBNKDEFF

Qualora Lei non dovesse provvedere al pagamento entro tale termine, saremo costretti ad affidare la pratica ai nostri legali italiani, il che comporterebbe per Lei spese non irrilevanti.

Distinti saluti

Servizio Clienti eDates.it

Be Beauty GmbH
Münchener Strasse 14
85540 Haar
contact@edates.it

Fig. 4

20. Da molte segnalazioni emerge, altresì, che di fronte alle doglianze rivolte a Be Beauty da parte dei consumatori ignari di aver sottoscritto un contratto con quest'ultima e alla loro richiesta di chiarimenti, il professionista ha risposto di aver registrato l'indirizzo IP del cliente e con ciò di aver ritenuto sottoscritto una formula di abbonamento a pagamento¹⁵.

21. Infine, con riguardo alle violazioni contestate al professionista in tema di

¹⁵ Cfr. doc. n. 46 del fascicolo istruttorio.

consumer rights, con specifico riferimento alle indicazioni relative ai recapiti telefonici, al numero di *fax* ed al recapito telematico di Be Beauty si rileva quanto segue: non è presente in nessuna pagina del sito in esame il recapito telefonico che consentirebbe al consumatore di contattare rapidamente il professionista e comunicare efficacemente con quest'ultimo; il numero di *fax* risulta spesso non funzionante (cfr. §19) e comunque non è più disponibile in nessuna pagina del sito, quanto meno a partire dal 19 aprile scorso, ancorché venga tuttora indicato come modalità di comunicazione del recesso ai sensi dell'art. 10 CCG, nonché come modalità di comunicazione valida ai fini dell' "estinzione del contratto", ai sensi dell'art. 7 CCG; l'indirizzo *email* del professionista è presentato come canale di comunicazione valido per la cancellazione del profilo attivato con un abbonamento gratuito ai sensi dell'art. 7, comma 1, CCG, nonché per l'esercizio del recesso-ripensamento, ma viene fornito unicamente al citato art. 10 CCG fra le "istruzioni per la revoca". Nessuno di tali recapiti viene messo a disposizione degli utenti che consultino semplicemente la sezione "Chi siamo" del sito.

22. Infine, quanto al luogo dell'adempimento e al diritto applicabile, l'art. 11 CCG stabilisce che "Sul contratto stipulato tra l'Utente e l'Esercente trova applicazione il diritto tedesco. Luogo dell'adempimento è Holzkirchen a Monaco nella Repubblica Federale Tedesca", nonostante i servizi pubblicizzati siano rivolti a consumatori italiani, trattandosi di sito *internet* in lingua italiana. Tali previsioni determinano, in caso di controversie tra il professionista ed i consumatori italiani, l'individuazione di un foro competente diverso da quello della residenza o del domicilio di questi ultimi.

3) Le argomentazioni difensive del professionista

23. Il professionista, pur avendo ricevuto la notifica delle comunicazioni relative al procedimento avviato nei suoi confronti, non ha svolto alcuna attività difensiva.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

24. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 6 giugno 2016 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 28 giugno 2016 la suddetta Autorità ha espresso le proprie valutazioni circa l'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione utilizzato per diffondere la pratica commerciale a incidere e amplificare la scorrettezza della medesima, ritenendo che l'utilizzo del mezzo *internet* sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica oggetto del procedimento. In particolare, l'iscrizione ad un sito *internet* per promuovere tra gli iscritti “*incontri atti a generare relazioni virtuali potenzialmente reali, [...] rappresenta un collante comunicativo e interattivo nel fenomeno sociale delle reti, suscettibile di aspettative e corrispettiva affidabilità del gestore per la responsabilità assunta nel processo mediatico della conoscenza*”.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

Pratica sub A)

25. Dalle evidenze agli atti risulta che il professionista abbia diffuso, tramite il proprio sito *internet*, informazioni ingannevoli relative alle caratteristiche del servizio pubblicizzato, con specifico riferimento alle modalità di funzionamento dello stesso, al meccanismo di rinnovo tacito dell'abbonamento ed alle effettive condizioni economiche delle prestazioni offerte.

26. Il messaggio presente sull'*homepage* del sito in esame, nel riquadro recante l'indicazione “*ISCRIZIONE GRATUITA*”, infatti, risulta incentrato sulla possibilità per il consumatore di procedere ad una “*registrazione gratuita e non vincolante*”, possibilità di cui si enfatizza, contrariamente al vero, il carattere gratuito, ma tacendo delle limitazioni esistenti in ordine alle funzionalità del sito effettivamente messe a disposizione degli utenti che si siano semplicemente registrati (cfr. Fig. 1).

In realtà, il consumatore che completi la procedura guidata, pur potendosi collegare al proprio profilo (cfr. Fig. 2), non ha di fatto alcuna possibilità di utilizzare i servizi pubblicizzati, dal momento che non è messo in condizione di leggere i messaggi o le annotazioni nel *guestbook* ricevuti o di consultare il riepilogo, la posta in arrivo o in uscita o altre voci apparentemente disponibili. Allorquando, infatti, faccia un tentativo in tal senso, la navigazione del sito rimanda direttamente alla presentazione delle formule di abbonamento a titolo oneroso che è possibile scegliere (cfr. Fig. 3). Si tratta

dell'abbonamento di due settimane in offerta a 4,90 euro oppure dell'abbonamento *premium* "pacchetto di 6 mesi" che costa 19 euro a settimana, per un esborso totale di circa 500 euro.

27. In assenza di contestuali indicazioni circa i limiti di accessibilità ai servizi pubblicizzati nel sito, il tenore letterale del messaggio sull'*homepage* risulta, pertanto, idoneo a produrre l'effetto di "agganciare"¹⁶ il consumatore sul presupposto - che si rivela erroneo - di poter fruire gratuitamente quantomeno di alcune delle funzionalità offerte laddove, in realtà, la mera registrazione non consente neppure di leggere i messaggi ricevuti da altri utenti della piattaforma di incontri *on line* di Be Beauty.

28. Dalle evidenze agli atti è, altresì, emerso che i suddetti limiti sono superabili solo attraverso la stipula di un abbonamento a titolo oneroso a cui il consumatore viene sollecitato attraverso messaggi e avvisi, ricevuti sull'indirizzo *email* fornito per l'iscrizione a Be Beauty, che riferiscono della presenza di altri presunti iscritti interessati ad entrare in contatto con il nuovo utente.

29. Il sito, inoltre, lascia intendere che l'offerta consista appunto in un abbonamento di prova in promozione (a 4,90 euro) con una durata definita pari a due settimane. In realtà, allo scadere del termine, in assenza di una espressa volontà di revoca, l'abbonamento si trasforma automaticamente in un rapporto contrattuale di durata semestrale al costo di 76 euro al mese e continua, ove non intervenga disdetta, a rinnovarsi automaticamente per un periodo di pari durata. Circostanze, entrambe, di cui gli utenti non risultano resi edotti in modo adeguato.

30. In proposito, infatti, va evidenziato che le informazioni veicolate al riguardo, in calce alla schermata relativa ai pagamenti, appaiono scarse e di scarsa leggibilità in quanto sono visualizzate con carattere grafico di minore rilievo e si limitano a rinviare alle *Condizioni Commerciali Generali*.

Dalle risultanze istruttorie è, tuttavia, emerso che le stesse *Condizioni Commerciali Generali* forniscono, nel complesso, indicazioni lacunose, frammentate e poco chiare circa le procedure da seguire per interrompere il rapporto contrattuale e/o impedirne il rinnovo automatico: si richiede, infatti, all'utente di inviare una *mail* o un *fax* - che risulta spesso non funzionante e il cui numero non è comunque più disponibile sul sito di Be Beauty (quantomeno a partire dal 19 aprile scorso) - per chiedere la cancellazione del profilo dell'utente registrato. Occorre, invece, inviare una comunicazione

¹⁶ In tal senso, si veda, inter alia, Tar Lazio sentenze n. 2387/2012; n. 238/2015; nn. 372 e 375/2015.

via *fax*, con un preavviso di sette giorni, per recedere dall'offerta di prova di due settimane ed evitarne l'automatica trasformazione nell'abbonamento *premium* di sei mesi; occorre, infine, inviare sempre una comunicazione via *fax*, con un preavviso di otto settimane rispetto alla scadenza del contratto, per recedere dall'abbonamento di sei mesi ed evitarne il rinnovo automatico per un periodo di pari durata.

31. Giova sottolineare che tali modalità non risultano descritte contestualmente alla pagina dedicata alla scelta dell'abbonamento, ma soltanto nelle condizioni generali di contratto, che all'art. 7 fanno però riferimento in modo confusorio ai diversi regimi di recesso/estinzione del contratto, a seconda che si tratti di interrompere l'iscrizione gratuita, l'abbonamento in prova o l'abbonamento semestrale. All'art. 10 - dalla imprecisa e confusoria rubrica "*istruzioni per la revoca*" - viene, invece, disciplinata la diversa ipotesi del recesso inteso come diritto di ripensamento da esercitare entro quattordici giorni dalla stipula dell'abbonamento, compreso quello di prova per 2 settimane.

32. In generale, le procedure per addivenire all'interruzione del rapporto con il professionista risultano particolarmente complicate e farraginose, considerato, peraltro, che i suddetti termini sono idonei ad anticipare eccessivamente l'onere del consumatore di attivarsi prima della scadenza dell'abbonamento e che le informazioni veicolate al consumatore in merito a tali procedure sono presentate in modo oscuro e ambiguo. Al contrario, tali informazioni devono ritenersi essenziali ai fini dell'assunzione, da parte del consumatore, di una decisione di natura commerciale consapevole e che, però, il professionista ha trasmesso con una presentazione complessiva tale da renderle più difficilmente percepibili e da attenuarne l'evidenza a tutto vantaggio degli elementi di particolare capacità persuasiva - come il riferimento alla gratuità - maggiormente enfatizzati¹⁷.

33. Alla luce di quanto sopra esposto, si ritiene che la condotta posta in essere da Be Beauty consista nel presentare in modo ingannevole ed omissivo, sin dal primo contatto pubblicitario con i consumatori, le caratteristiche della propria attività, le reali modalità di funzionamento dei servizi offerti e l'effettivo prezzo degli stessi.

34. In conclusione, per quanto sopra considerato, la condotta esaminata appare, quindi, in violazione degli artt. 21, comma 1, lettera *b*) e *d*) e 22, comma 2 del Codice del Consumo, nella misura in cui la presentazione dei

servizi pubblicizzati sul sito aziendale risulta ingannevole ed omissiva in relazione a quelle informazioni sulle caratteristiche e sulle condizioni economiche effettive dei servizi prestati da Be Beauty che sono utili ai fini di una piena conoscenza e comprensione, da parte del consumatore, della stessa proposta pubblicitaria.

35. In ragione di tutto quanto sin qui osservato, non si riscontra, nel caso di specie, il normale grado di diligenza professionale di cui all'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, ossia quel grado di specifica competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere avuto riguardo alla qualità del professionista ed alle caratteristiche dell'attività svolta. In proposito va infatti sottolineato che il professionista, veicolando un'informazione strutturalmente carente sotto il profilo delle reali condizioni di accesso ai servizi pubblicizzati e delle effettive condizioni economiche degli stessi, non ha soddisfatto quel particolare onere di chiarezza e immediata intellegibilità della propria comunicazione di impresa richiesto al fine di salvaguardare, sin dal primo contatto pubblicitario, la libertà di autodeterminazione del consumatore.

Va, altresì, rilevato che incombe sul professionista l'obbligo di completezza informativa in merito all'esercizio dei diritti contrattuali, posto a tutela del consumatore, così come l'onere di rendere effettivo tale esercizio.

A ciò si aggiunga che l'utilizzo, da parte del professionista, dell'espedito volto a trasformare e/o rinnovare le diverse formule di abbonamento è idoneo a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alla scelta di acquistare o meno il servizio, tanto è vero che, solo dopo aver ricevuto il primo sollecito di pagamento da parte di Be Beauty, i consumatori assumono consapevolezza di aver sottoscritto un abbonamento oneroso di durata semestrale o che l'abbonamento di prova si è trasformato in abbonamento semestrale.

Pratica sub B)

36. Dalle risultanze istruttorie è emersa, altresì, la scorrettezza della condotta posta in essere da Be Beauty nei confronti degli utenti semplicemente iscritti al sito che hanno subito la trasformazione automatica dell'iscrizione in abbonamento bisettimanale in promozione, nonché nei confronti degli abbonati che si sono visti rinnovare, in alcuni casi anche più di una volta, l'abbonamento a pagamento di durata semestrale, impedendo loro o comunque rendendo alquanto difficoltoso l'esercizio dei diritti di recesso e/o di risoluzione anticipata del contratto.

Va, infatti, rilevato che gli utenti di Be Beauty non sono messi in condizione di poter esercitare i suddetti diritti contrattuali, a causa degli impedimenti e delle problematicità, artatamente procurate dal professionista rispetto al mancato funzionamento del *fax*, all'impossibilità di interloquire con il professionista, al rifiuto di quest'ultimo di tenere conto delle comunicazioni inviate dai consumatori. Tali condotte risultano dunque orientate ad ostacolare in maniera aggressiva l'esercizio di alcuni diritti contrattuali, quali quelli di ripensamento o di risoluzione del contratto.

37. Sulla base degli elementi in atti, va inoltre evidenziato che Be Beauty ha posto in essere ulteriori condotte aggressive, inviando agli utenti, via *email*, numerosi e ripetuti solleciti di pagamento aventi ad oggetto, in un primo tempo, il corrispettivo relativo alla trasformazione dell'abbonamento bisettimanale di prova in abbonamento semestrale *premium* e, successivamente, anche l'importo relativo all'automatico rinnovo dell'abbonamento *premium* per effetto della mancata disdetta in conseguenza degli ostacoli sopra descritti.

Mediante l'invio delle *email* di sollecito, il professionista intima ai consumatori di provvedere al pagamento delle somme richieste entro un termine molto stringente (ad esempio, anche dieci giorni), minacciando, in caso di mancato pagamento, l'avvio di una procedura di recupero crediti nei loro confronti, anche con l'ausilio di una società all'uopo incaricata, e ponendo l'accento sulle conseguenze in termini di aggravio di spese per gli stessi destinatari. In tal modo, il professionista esercita un indebito condizionamento sul comportamento economico del consumatore.

38. Dagli atti dell'istruttoria emerge altresì come Be Beauty abbia spesso proceduto ad eseguire addebiti diretti sulla carta di credito che i consumatori avevano utilizzato per aderire alla promozione dell'abbonamento di prova o in occasione di un precedente pagamento, effettuato a fronte del sollecito ricevuto. In altri casi, i consumatori si sono infine determinati al pagamento con il solo intento di evitare le conseguenze paventate nel sollecito ricevuto e con la convinzione - rivelatasi poi erronea - di aver così definitivamente interrotto i rapporti con Be Beauty e non avere più pendenze da saldare.

39. In conclusione, per tutti gli aspetti sopra riportati, le condotte poste in essere dal professionista integrano gli estremi di una pratica commerciale aggressiva ai sensi degli artt. 24 e 25, lettera *d*) del Codice del Consumo, essendo idonee ad esercitare sui destinatari un indebito condizionamento tale da limitare considerevolmente la libertà di comportamento del consumatore medio.

40. Le condotte relative al prelievo di somme di denaro dalla carta di credito degli utenti si caratterizzano, inoltre, per un grave *deficit* di diligenza in contrasto con l'art. 20, comma 2 del Codice del Consumo, in ragione del fatto che l'esborso pecuniario richiesto dal professionista non risulta collegato ad una decisione di consumo liberamente assunta dai consumatori.

Condotta sub C)

41. Dalle evidenze documentali in atti è emerso che il professionista non fornisce un recapito telefonico che sarebbe però necessario ai consumatori per contattarlo rapidamente e comunicare efficacemente con lo stesso. Né fornisce il numero di *fax*, pur indicandolo come mezzo valido per l'invio della comunicazione di recesso e di risoluzione anticipata dell'abbonamento, nonché per la cancellazione dell'iscrizione a titolo gratuito. Lo stesso indirizzo elettronico è di difficile reperibilità da parte del consumatore, essendo indicato unicamente nell'art. 10 delle condizioni commerciali generali. Tali aspetti sono suscettibili di integrare una violazione dell'art. 49, comma 1, lettera *c)* del Codice del Consumo.

42. Infine, la previsione contenuta nell'art. 11 delle condizioni commerciali generali di Be Beauty - secondo cui il diritto applicabile è quello tedesco ed il luogo di adempimento del contratto è in Germania - si pone in contrasto con l'art. 66 *bis* del Codice del Consumo, nella misura in cui la previsione contrattuale risulta idonea ad individuare, in caso di controversie tra il professionista ed i consumatori italiani cui il sito *www.edates.it* si rivolge, un foro competente diverso da quello della residenza e del domicilio dei consumatori stessi.

43. In conclusione, si deve tener conto del fatto che la condotta da ultimo descritta è stata posta in essere nel settore dell'*e-commerce*, dove il rapporto di consumo si forma e si svolge a distanza, indebolendo la posizione del consumatore ed accrescendone ulteriormente l'asimmetria informativa rispetto al professionista. Di qui la necessità - cui rispondono le citate norme in materia di *consumer rights* introdotte nel Codice del Consumo dal Decreto Legislativo 21/2014, di attuazione della Direttiva 2011/83/UE - di offrire all'utente, in modo chiaro e comprensibile, nella fase prodromica all'acquisto, un quadro informativo quanto più possibile preciso ed esauriente rispetto alle caratteristiche essenziali del regolamento contrattuale, tenuto peraltro conto delle rilevanti possibilità espressive del mezzo *internet* rispetto alla trasmissione delle informazioni necessarie.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

44. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

45. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, sentenze n. 209/2012 e n. 1259/2013).

Nel presente procedimento sono state accertate distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà: pertanto non appare applicabile né l'istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del cumulo materiale delle sanzioni

46. Ciò detto, in ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

Pratica sub A)

47. Con riguardo alla gravità della violazione, si considera che la fattispecie in esame risulta caratterizzata da una elevata potenzialità offensiva in quanto, riguardando anche le condizioni economiche dei servizi pubblicizzati, incide su elementi fondamentali della scelta dei consumatori ed è stata posta in essere attraverso *internet* che, per sua natura, è un mezzo intrinsecamente idoneo a raggiungere, potenzialmente, una platea sterminata di utenti e, dunque, a determinare la più ampia diffusione possibile del messaggio pubblicitario. Si tiene anche conto della significativa penetrazione della pratica commerciale dato che ha coinvolto un numero molto elevato di consumatori (come si evince dalle oltre 220 segnalazioni pervenute). Risulta altresì rilevante, ai fini della gravità della violazione, l'elevato pregiudizio

economico che la pratica commerciale ha arrecato ai consumatori, in considerazione del prezzo del servizio in abbonamento *premium* pari a circa 500 euro per il solo primo semestre.

48. Con riguardo alla durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere quantomeno dalla fine del 2012¹⁸ ed è tuttora in corso.

49. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Be Beauty GmbH nella misura di 125.000 €(centoventicinquemila euro).

Pratica sub B)

50. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della penetrazione della pratica commerciale sull'intero territorio nazionale in quanto, essendo diffusa via *internet*, risulta idonea a raggiungere tutti i consumatori ubicati sul territorio italiano. Risulta altresì rilevante, ai fini della gravità della violazione, l'elevato pregiudizio economico che la suddetta pratica ha arrecato ai consumatori in considerazione del fatto che l'opposizione di ostacoli all'esercizio del diritto di recesso/risoluzione ha di fatto impedito ai consumatori coinvolti di recuperare il prezzo indebitamente pagato al professionista per l'acquisto di un servizio non consapevolmente richiesto, pari quanto meno all'importo dovuto a seguito della trasformazione dell'abbonamento di prova in abbonamento *premium* (da 4,90 euro per due settimane a 19 euro a settimana per sei mesi), come del resto dimostrano gli addebiti e i solleciti di pagamento che, quando si riferiscono ai rinnovi continui dell'abbonamento semestrale, possono arrivare anche fino a 1000 euro. A ciò si aggiunga, infine, la particolare insidiosità della condotta articolata nell'inviare ripetuti solleciti di pagamento, nonché nell'addebito diretto di servizi in abbonamento non consapevolmente richiesti.

51. Con riguardo alla durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dalla fine del 2012¹⁹ e che si è protratta quantomeno fino all'inizio del 2015, epoca dell'ultima segnalazione pervenuta in merito alla descritta pratica²⁰.

52. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della

¹⁸ Cfr. docc. nn. 1 - 53 del fascicolo istruttorio.

¹⁹ Cfr. docc. nn. 1 - 53 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. docc. nn. 261 e 262 del fascicolo istruttorio.

sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Be Beauty GmbH nella misura di 175.000 €(centosettantacinquemila euro).

Condotta sub C)

53. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della circostanza che si tratta di violazioni della normativa posta a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti a distanza, categoria alla quale appartengono gli abbonamenti offerti *on line* da Be Beauty. Contratti, cioè, che, per la loro stessa natura, non possono prescindere dalla necessità di dotare il consumatore delle informazioni precontrattuali necessarie ad una scelta d'acquisto consapevole (cfr. art. 49, comma 1, lettera *c.*) e di riconoscere una specifica tutela anche ai fini dell'eventuale esercizio dei propri diritti in sede giudiziaria (cfr. art. 66 *bis*).

54. Con riguardo alla durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 14 giugno 2014 ²¹ ed è tuttora in corso.

55. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Be Beauty GmbH nella misura di 50.000 €(cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A)* risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b)* e 22, comma 2 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante modalità comunicazionali ingannevoli e omissive circa le effettive caratteristiche e condizioni economiche dei servizi pubblicizzati, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione all'acquisto ed alla fruizione dei servizi pubblicizzati dal professionista;

RITENUTO, inoltre, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub B)* risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, comma 1, lettera *d)* del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la frapposizione di ostacoli ai diritti

²¹ Cfr. data di entrata in vigore del D. Lgs, n. 21/2014.

contrattuali dei consumatori, i ripetuti solleciti di pagamento e gli addebiti diretti a titolo di corrispettivo per servizi non consapevolmente richiesti dai consumatori, a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio;

RITENUTO, infine, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta *sub C)* integra una violazione degli artt. 49, comma 1, lettera *c)*, e 66 *bis* del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera *A)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Be Beauty GmbH, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b)*, e 22, comma 2, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera *B)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Be Beauty GmbH, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24 e 25, comma 1, lettera *d)*, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) che la condotta descritta al punto II, lettera *C)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società Be Beauty GmbH, integra, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una violazione degli artt. 49, comma 1, lettera *c)*, e 66 *bis* del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

d) di irrogare alla società Be Beauty GmbH, per la violazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 125.000 € (centoventicinquemila euro);

e) di irrogare alla società Be Beauty GmbH, per la violazione di cui alla precedente lettera b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 175.000 € (centosettantacinquemila euro);

f) di irrogare alla società Be Beauty GmbH, per la violazione di cui alla precedente lettera c), una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro).

La/e sanzione/i amministrativa/e irrogata/e deve/devono essere pagata/e entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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'art. 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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, 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.

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 notificazione 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 notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella