

DELIBERA N. 135/24/CONS

**PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL
MERCATO IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI
DI PAMPLING ITALIA S.R.L. IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI
SCORRETTE**

PS/12626

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 15 maggio 2024;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*” (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del consumo, a norma dell’articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229*” (di seguito, Codice);

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 23 aprile 2024 al prot. n. 116103 dell’Autorità, con la quale l’Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice e dell’art. 1, comma 6, lettera c), numero 9), della Legge n. 249/97, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale della società Pampling Italia S.r.l. (di seguito Pampling Italia o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione del 19 ottobre 2023, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione dell’articolo 62, comma 1, del Codice;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse tramite *internet* (sito *web* del Professionista) si richiede all’Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 16, commi 3 e 4, 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*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’AGCM con delibera del 1° aprile 2015, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell’AGCM del 19 ottobre 2023, di avvio del procedimento istruttorio PS/12626, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice e dell’art. 6 del Regolamento e contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 12, comma 1, del Regolamento;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la Società vende magliette e felpe, anche attraverso il sito web <https://www.pamplimg.com/> (di seguito, Sito);

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS/12626, AGCM evidenzia che, sulla base della segnalazione pervenuta in data 30 giugno 2023 e delle verifiche effettuate d'ufficio, Pamplimg Italia al termine del processo di acquisto online sul Sito, applicherebbe ai consumatori un costo aggiuntivo legato a determinati mezzi di pagamento. In particolare, in aggiunta al prezzo inizialmente indicato durante il processo di acquisto, il Professionista sembrerebbe richiedere un costo aggiuntivo pari a 1 euro per i pagamenti effettuati attraverso PayPal, mentre non richiede spese per l'utilizzo degli altri strumenti di pagamento disponibili, quali la carta di credito o la carta prepagata.

CONSIDERATO che, secondo AGCM, il comportamento su riportato potrebbe integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione dell'articolo 62, comma 1, del Codice, che ha introdotto un divieto per i professionisti beneficiari di un pagamento di imporre ai consumatori spese per l'uso di determinati strumenti di pagamento (cd. '*credit card surcharge*'). In particolare, il fatto che il Professionista abbia previsto l'addebito di un supplemento in relazione all'utilizzo di PayPal, quale strumento di pagamento per gli acquisti effettuati sul Sito, comporta un aggravio economico direttamente correlato allo strumento di pagamento prescelto, risultando in contrasto con la richiamata norma posta a tutela dei diritti dei consumatori nei contratti.

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa al comportamento della Società;

RITENUTO opportuno che il parere sul caso di specie sia reso all'AGCM ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice, riportando le valutazioni di questa Autorità in relazione all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica;

RILEVATO che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle attività attuate dalla Società tramite *Internet*;

CONSIDERATO che *Internet* è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento;

RILEVATO che, in base a quanto riportato nell'osservatorio sulle comunicazioni di questa Autorità, i dati sull'accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un numero mensile di utenti unici¹ che si sono collegati a Internet nel quarto trimestre del 2023 compreso tra 44,3 e 44,6 milioni su base mensile (tra 43,8 e 43,9 milioni nel quarto trimestre del 2022), con circa 65 ore e 43 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su Internet; di questi, a dicembre 2023, 43,5 milioni hanno usato Google (42,8 milioni nello stesso mese del 2022), 39,6 milioni Meta Platforms (39,1

¹ Numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

² Dato riferito al mese di dicembre 2023.

milioni nello stesso mese del 2022), 37,2 milioni Amazon (36,5 milioni nello stesso mese del 2022). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2023, tra 38,9 e 39,0 milioni (tra 38,0 e 38,3 milioni nel quarto trimestre del 2022), con una media di 3 ore e 3 minuti³ trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/app di *e-commerce*;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e di acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dal Professionista tramite Internet, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni lette nel sito utilizzato dal Professionista e dei processi di acquisto nello stesso previsti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate;

RITENUTO, pertanto, che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM sopra richiamata;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Laura Aria, relatore ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

di esprimere parere nei termini di cui in motivazione.

Il presente parere sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità, salvo che vengano rappresentate, entro trenta giorni dal suo ricevimento, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione.

Roma, 15 maggio 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE

Laura Aria

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba

³ Dato riferito al mese di dicembre 2023.