AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

DELIBERA N. 201/25/CONS

PARERE ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI VET DISTRIBUZIONE SRLS, EL PERRO GORDO SRLS E JACOPO CAPITANI IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS12792

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 23 luglio 2025;

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. 58/25/CONS;

VISTA la nota pervenuta in data 24 giugno 2025 al prot. n.157178 dell'Autorità, perfezionata con la successiva nota n.178559 del 15 luglio 2025, 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 delle società Vet Distribuzione Srls e El Perro Gordo Srls e del signor Jacopo Capitani (di seguito le "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 3 ottobre 2024, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l'eventuale violazione degli artt. 20, 21, 22, 24, 25, 49 e 61 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*) si richiede all'Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 17, comma 2, del "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'AGCM con delibera del 5 novembre 2024, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell'AGCM del 3 ottobre 2024, di avvio del procedimento istruttorio PS12792, ai sensi dell'art. 27, comma 3 del Codice e dell'art. 6 del Regolamento, e di sospensione provvisoria disposta d'ufficio, ai sensi dell'art. 27, comma 3 del Codice e dell'art. 8, comma 3, del Regolamento;

VISTA la successiva comunicazione dell'AGCM del 23 ottobre 2024, di integrazione oggettiva e soggettiva del procedimento PS12792 nei confronti della società El Perro Gordo Srls, quale gestore del sito https://agrariapontificia.com, alla quale sono state contestate le medesime condotte commerciali già contestate alla società Vet Distribuzione Srls nella citata comunicazione di avvio del procedimento;

VISTA l'ulteriore comunicazione dell'AGCM del 20 novembre 2024, di integrazione soggettiva del procedimento PS12792 nei confronti del sig. Jacopo Capitani, in qualità di imprenditore occulto delle società Vet Distribuzione Srls e El Perro Gordo Sr1s, contestando le medesime condotte commerciali già contestate alle predette società e poste in essere tramite i siti https://happy-vet.com e https://agrariapontificia.com (di seguito anche i Siti);

CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nelle suddette comunicazioni, le società Vet Distribuzione Srls e El Perro Gordo Srls svolgono – quale attività prevalente – quella del commercio *online* di alimenti per animali e prodotti veterinari, attraverso i Siti, mentre il sig. Jacopo Capitani svolge l'attività di imprenditore occulto delle società Vet Distribuzione Srls e El Perro Gordo Srls;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12792, AGCM evidenzia che, secondo le segnalazioni pervenute e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice, il Professionista avrebbe posto in essere la seguente condotta:

> il citato Professionista avrebbe posto in essere, nell'offerta di prodotti *online* – venduti a prezzi particolarmente convenienti attraverso il Sito – condotte commerciali consistenti nella mancata consegna dei prodotti ordinati e pagati dai consumatori, nell'omesso rimborso del corrispettivo versato dal consumatore a seguito di reclamo o dell'esercizio del diritto di recesso. Inoltre, il Professionista avrebbe ostacolato il servizio di assistenza post-vendita, atteso che il numero di telefono e l'indirizzo *mail*, messi a disposizione della clientela, risulterebbero inattivi o comunque inutili in quanto il loro uso non darebbe luogo ad alcun riscontro da parte del Professionista. Tali criticità sono state oggetto di numerose e continue doglianze dei consumatori – tutte di analogo tenore – come emerge dalle segnalazioni in atti. Anche i siti di recensione dei giudizi dei consumatori (ad esempio, TrustPilot) riportano un giudizio assolutamente negativo del Sito, stante le numerose lamentele e censure derivanti dalla sistematica mancata consegna dei prodotti acquistati dai consumatori. Di analogo tenore sono le segnalazioni pubblicate sul portale dell'associazione di consumatori Altroconsumo;

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22, 24, 25, 49 e 61 del Codice. In particolare,

> le condotte del Professionista consistenti nella pubblicazione sui propri Siti di informazioni non veritiere e fuorvianti circa l'immediata disponibilità dei prodotti, a prezzi fortemente scontati, ai fini dell'acquisto *online* nonché i relativi tempi di consegna, indicati in "24 – 48 ore", sembrano porsi in contrasto con gli articoli 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contrarie alla diligenza professionale e idonee a ingannare i consumatori e ad indurli ad assumere una

decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso. La mancata consegna dei prodotti acquistati *online* dai consumatori, l'ostacolo all'esercizio dei diritti di recesso e/o rimborso dei consumatori nonché la mancata fornitura del servizio di assistenza post-vendita da parte del Professionista, che non gestirebbe affatto i reclami e le richieste dei consumatori in ordine ai problemi relativi alle consegne e alle istanze di rimborso, omettendo di rispondere, rendendosi irreperibile, senza comunque dare seguito alle legittime richieste di restituzione degli importi corrisposti per l'acquisto dei prodotti non consegnati, potrebbero integrare fattispecie scorrette ai sensi degli articoli 24, 25, comma 1, lettera d) del Codice del consumo, in quanto idonee a configurare un indebito condizionamento da parte del Professionista consistente nella frapposizione di ostacoli extracontrattuali rispetto alla possibilità per i consumatori di esercitare i loro diritti di recesso e rimborso nonché di rivolgersi ad altro professionista. La mancata consegna dei prodotti acquistati *online* integra, tra l'altro, la violazione dell'articolo 61 del Codice del Consumo la cui norma sancisce un preciso e specifico obbligo di consegna, al più tardi entro trenta giorni, in capo ai venditori che operano *online*. Inoltre, il Professionista viola l'articolo 49 del Codice del Consumo nella misura in cui utilizza nei Siti recapiti e modalità di contatto non veritiere. Più in generale, il Professionista non sembra adottare alcuna misura necessaria per garantire il pieno rispetto dei diritti dei consumatori nell'ambio della propria attività di vendita *online*, in potenziale contrasto con il dovere di diligenza professionale prescritto dall'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo;

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa al comportamento delle 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 comunicazioni e alle attività attuate dalle 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 unici[1] che si sono collegati a Internet nel quarto trimestre del 2024 compreso tra 44,6 e 44,7 milioni su base mensile (tra 44,3 e 44,6 milioni nel quarto trimestre del 2023), con oltre 70 ore e 10 minuti[2] complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a dicembre 2024, 43,6 milioni hanno usato Google (43,5 milioni nello stesso mese del 2023), 39,8 milioni Meta Platforms (39,6 milioni nello stesso mese del 2023), 36,3 milioni Amazon (37,2 milioni nello stesso mese

[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 2024.

del 2023). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/*app* di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2024, tra 38,7 e 38,8 milioni (tra 38,9 e 39,0 milioni nel quarto trimestre del 2023), con una media di 3 ore e 2 minuti[3] trascorsi da ciascun utente navigando su tali siti/*app* di *e-commerce*;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalle Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app utilizzati dalla Società, 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 della Commissaria Elisa Giomi, relatrice 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, 23 luglio 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella

[3] Dato riferito al mese di dicembre 2024.