

DELIBERA N. 305/25/CONS

PARERE

**ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
TESLA ITALY SRL
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

PS12927

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 3 dicembre 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 del Consumo);

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 20 ottobre 2025 al prot. n. 0262164 dell’Autorità, integrata in data 7 novembre 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 del Consumo 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 Tesla Italy srl (di seguito Tesla o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 18, lettera b, del Codice del Consumo. Nella nota di richiesta di parere dell’AGCM si informa che, con comunicazione dell’11 febbraio 2025, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l’eventuale violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo;

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 dell’11 febbraio 2025, di avvio del procedimento istruttorio PS12927, ai sensi dell’art. 27, comma 3 del Codice del Consumo e dell’art. 6 del Regolamento, con contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell’art. 13, comma 1, del Regolamento;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la società Tesla svolge – quale attività prevalente – quella della progettazione, produzione e commercializzazione di veicoli elettrici, sia in Italia che all'estero, anche attraverso la pubblicizzazione delle autovetture sul sito web <https://www.tesla.com>;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12927, AGCM evidenzia che, in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, Tesla avrebbe posto in essere la seguente condotta:

relativamente alla scorrettezza delle informazioni sulla autonomia di percorrenza chilometrica dei veicoli elettrici, Tesla – in riferimento all'autonomia di percorrenza chilometrica – pubblicizza sulla pagina principale del modello "Model Y", un'autonomia stimata di "600 km" precisando, in una schermata a consultazione eventuale presente sotto la voce "WLTP", che l'autonomia effettiva “può variare in base a fattori quali velocità, condizioni meteorologiche e variazione di altitudine”. Inoltre, per il medesimo modello Model Y, Tesla raffigura alcuni percorsi che "possono essere coperti da un'unica ricarica" seppur con la sommatoria, e poco chiara, indicazione che l'autonomia stimata potrebbe essere condizionata da alcuni fattori, senza fornire alcuna indicazione di quanto incidano tali "fattori" sul chilometraggio effettivo. A ben vedere, tale incidenza potrebbe risultare rilevante tanto da poter comportare anche una notevole riduzione di autonomia del chilometraggio pubblicizzato. A fronte dei messaggi pubblicitari sull'autonomia stimata di percorrenza chilometrica che risultano preminenti sulle pagine web del Professionista, Tesla, in pagine meno visibili, fornisce alcuni consigli utili sulle abitudini di ricarica del veicolo elettrico, raccomandando, in particolare, di “evitare di mantenere la carica della batteria al di sotto del 20% per un periodo di tempo prolungato” e di “ricarica[re] la batteria fino al limite appropriato per il tuo veicolo in base alla batteria installata (le cui informazioni sono visualizzate sul *touchscreen* o nell'*app* per dispositivi mobili)”. Invece, relativamente alla scorrettezza delle informazioni sulla perdita di capacità della batteria dei veicoli elettrici, fattore che – parimenti – influenza l'autonomia, Tesla si limita ad indicare che “l'autonomia effettiva può variare in base a fattori quali velocità, condizioni meteorologiche e variazione di altitudine”. Pertanto, nulla si dice in merito all'impatto della perdita di efficienza della batteria (che deriva dall'ordinario utilizzo del veicolo, il cosiddetto *state of health*) quale fattore che influenza l'autonomia di percorrenza chilometrica. Infine, relativamente alla scorrettezza delle informazioni sulle limitazioni di operabilità della garanzia sulla batteria, Tesla promuove – attraverso messaggi promozionali presenti nelle pagine principali del sito sui singoli veicoli commercializzati – l'esistenza di una garanzia sui veicoli e sulla batteria, senza ulteriori e immediate specificazioni circa le limitazioni di operabilità di tale garanzia, comunque presenti;

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

quanto alle informazioni sulla autonomia di percorrenza chilometrica dei veicoli elettrici, Tesla pubblicizza una autonomia del veicolo (es. "600 km") che potrebbe non essere veritiera in quanto, non sembra considerare l'impatto delle condizioni di



normale/ordinario utilizzo del veicolo ed è parametrata ad un livello di carica della batteria pari al 100%, inoltre sembra presupporre un utilizzo del veicolo non conforme alle "raccomandazioni" d'uso del veicolo fornite dalla stessa casa produttrice (nelle quali viene sconsigliata, ordinariamente, l'integrale ricarica della batteria al fine di preservarne lo stato di salute, cosiddetto *state of health*). Dalla consultazione del sito *web*, emerge che – a fronte della predetta indicazione di autonomia chilometrica – il Professionista si limita ad indicare, in modo tra l'altro generico, che l'autonomia possa essere influenzata da alcuni "fattori" (quali, tipologia del percorso, stile di guida, uso di aria condizionata, temperatura esterna) senza chiarire l'incidenza di tali fattori sull'autonomia/chilometraggio effettivo. In realtà, l'autonomia chilometrica indicata non sarebbe di fatto raggiungibile in quanto basata su condizioni che, raramente, possono verificarsi durante l'ordinario utilizzo. In concreto, la suddetta incidenza potrebbe essere assai rilevante, tanto da comportare anche una notevole riduzione dell'autonomia/chilometraggio pubblicizzati, in possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. D'altra parte, Tesla fornisce delle raccomandazioni – quali consigli utili per preservare lo stato di salute della batteria – che si tradurrebbero in una rilevante limitazione nell'uso ordinario dell'auto elettrica in quanto si consiglia di ricaricare la batteria in un *range* compreso tra il 20% e "un limite massimo appropriato" (tra l'altro neppure indicato sul sito *web*) della sua capacità di carica, al fine di preservarne l'efficienza. Ciò comporterebbe la possibilità di sfruttare normalmente "soltanto" una parte della capacità di carica totale della batteria (vale a dire tra i predetti 20% e il "limite massimo appropriato") – per non pregiudicarne lo stato di salute – con inevitabili conseguenze sulle prestazioni del veicolo in termini di autonomia effettiva. Dunque, l'indicazione di "raccomandazioni" da seguire per conservare l'efficienza della batteria potrebbe anch'essa comportare l'ingannevolezza dell'indicazione dell'effettiva autonomia del veicolo *ex* articolo 21 del Codice del Consumo, posto che l'autonomia di percorrenza pubblicizzata presupporrebbe un uso ordinario del veicolo con ricariche del 100% della batteria che, di converso, potrebbe pregiudicare lo stato di salute/durabilità della stessa nel tempo. Quanto, invece, alle informazioni sulla perdita di capacità della batteria dei veicoli elettrici, dall'analisi del sito *web* di Tesla emerge che nessuna indicazione sulla perdita di capacità della batteria, in termini di autonomia, derivante dall'uso normale della vettura, viene fornita chiaramente al consumatore in possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. In particolare, il Professionista, da una parte, omette di indicare con sufficiente chiarezza quali sono i fattori suscettibili di incidere sul deterioramento della batteria (e a quanto ammonta tale incidenza), e, dall'altra, non fornisce alcuna indicazione circa la rapidità di tale deterioramento; trattasi di omissioni che potrebbero incidere sulle scelte dei consumatori. Infine, quanto alle limitazioni di operabilità della garanzia convenzionale sulla batteria, Tesla – contrariamente a quanto pubblicizzato sul sito *web* – in un documento denominato "Garanzia limitata sui veicoli nuovi" stabilisce che "provvederà alla riparazione o alla sostituzione con un'unità nuova, ricondizionata o rigenerata in fabbrica a esclusiva discrezione di Tesla. La sostituzione in garanzia potrebbe non riportare il veicolo alle condizioni "come nuovo", ma al momento della sostituzione della batteria, Tesla garantisce che la capacità energetica della batteria sostitutiva sarà almeno uguale a quella della



batteria originale prima del guasto, prendendo in considerazione altri fattori, quali l'età e il chilometraggio del veicolo". Di talché, Tesla, "a esclusiva discrezione", ben potrebbe effettuare la sostituzione/riparazione della batteria con una parimenti usata, ovvero che abbia una capacità energetica (*rectius, state of health*) almeno uguale a quella che, nelle medesime condizioni, è stata ritenuta da sostituire. Ciò comporterebbe che il ripristino dell'idoneità del bene sarebbe solo parziale in quanto "la sostituzione in garanzia potrebbe non riportare il veicolo alle condizioni *come nuovo*". Tale limitazione risulta ancor più rilevante se riferita, come nel caso di specie, alla componente batteria che rappresenta il sistema principale di propulsione di un'auto elettrica. Quanto alle ulteriori cause di limitazione della garanzia, Tesla stabilisce che "per informazioni importanti su come massimizzare la durata utile e l'efficienza della batteria, vedere la documentazione del veicolo. La mancata osservanza di queste procedure consigliate di ricarica e manutenzione della batteria determina l'invalidamento della presente Garanzia Limitata della Batteria e del Gruppo di Trazione". Tali procedure consigliate di ricarica, tra le cui azioni sono annoverate quelle di "evitare di mantenere la carica della batteria al di sotto del 20%" (quale limite minimo) e di "ricarica[re] la batteria fino al limite appropriato per il tuo veicolo in base alla batteria installata" (quale limite massimo di ricarica per l'uso quotidiano), oltre che rappresentare condizioni di operatività della Garanzia convenzionale, risultano, come si vedrà meglio *infra*, condizionare l'uso del veicolo elettrico in termini di autonomia chilometrica effettiva rispetto a quella dichiarata/pubblicizzata dal Professionista. Pertanto, i messaggi pubblicitari sulla garanzia risulterebbero omissivi e confusori in quanto, a fronte della pubblicizzazione di una garanzia di "8 anno o 192.000 km", il Professionista non indica, in modo chiaro e comprensibile, le cause di esclusione, ovvero le rilevanti limitazioni della garanzia convenzionale sulla batteria, comunque presenti. L'opacità/carenza informativa circa le limitazioni, comunque presenti, all'operabilità della garanzia deriverebbe, inoltre, dal frequente rinvio ad altri documenti (tra cui il libretto di uso e manutenzione del veicolo) i quali non sono immediatamente e facilmente consultabili così da limitare, sensibilmente, la capacità di comprensione da parte del consumatore circa l'ambito di copertura/condizioni della garanzia sulla batteria. A titolo esemplificativo, si consideri che ricaricare la batteria oltre il limite massimo consigliato e/o far scendere il livello di carica al di sotto del 20%, possono rappresentare una causa di esclusione della garanzia convenzionale, non comunicate ai consumatori in maniera chiara e comprensibile. Pertanto, l'omissione/carenza informativa circa le limitazioni del perimetro della garanzia convenzionale potrebbe risultare essere una condotta scorretta in possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo;

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 del Consumo, 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 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 primo trimestre del 2025 compreso tra 44,3 e 44,6 milioni su base mensile (tra 44,2 e 44,4 milioni nel primo trimestre del 2024), con oltre 75 ore e 13 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a marzo 2025, 43,7 milioni hanno usato Google (43,5 milioni nello stesso mese del 2024), 39,6 milioni Meta Platforms (39,6 milioni nello stesso mese del 2024), 35,8 milioni Amazon (35,4 milioni nello stesso mese del 2024). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel primo trimestre del 2025, tra 38,2 e 38,7 milioni (tra 38,0 e 38,6 milioni nel primo trimestre del 2024), con una media di 2 ore e 36 minuti³ 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 dalla 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 del Commissario Antonello Giacomelli, 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.

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 marzo 2025.

³ Dato riferito al mese di marzo 2025.

Roma, 3 dicembre 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonello Giacomelli

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella