

DELIBERA N. 306/25/CONS

PARERE

**ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
STELLANTIS EUROPE SPA
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**

PS12926

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. 0262151 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 Stellantis Europe SpA (di seguito Stellantis 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* (siti *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 PS12926, 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 Stellantis è attiva nella progettazione, produzione, commercializzazione di autovetture, tra l'altro a marchio FIAT e Jeep, sia in Italia che all'estero, anche attraverso la pubblicizzazione delle autovetture sui relativi siti web <https://www.fiat.it> e <https://www.jeep-official.it>;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12926, AGCOM evidenzia che, secondo la segnalazione pervenuta e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, Stellantis avrebbe posto in essere la seguente condotta:

relativamente alla scorrettezza delle informazioni sulla autonomia di percorrenza chilometrica dei veicoli elettrici a marchio Fiat e Jeep, in riferimento al veicolo elettrico "Fiat 500E", Stellantis promuove una autonomia di percorrenza chilometrica di "320 km" attraverso messaggi pubblicitari posti in evidenza nella pagina principale della vettura. In un'altra pagina dedicata all'autonomia di percorrenza, il Professionista elenca alcuni fattori che possono influenzare l'autonomia pubblicizzata elencando, in particolare, la "velocità", le "abitudini di guida" e la "temperatura a bordo" senza, però, fornire alcuna indicazione di quanto tali fattori incidano sul chilometraggio effettivo, posto che tale incidenza potrebbe risultare rilevante e comportare anche una notevole riduzione del chilometraggio pubblicizzato. Informazioni sull'autonomia di percorrenza chilometrica sono, altresì, rinvenibili in una ulteriore pagina del sito web del Professionista nella quale, seppur con una finalità diversa (ovvero quella di rappresentare un vantaggio economico), Stellantis enfatizza i vantaggi economici derivanti dall'utilizzo di un'auto elettrica rispetto ad un'auto a combustione termica. In particolare, nella parte bassa di tale simulatore, il Professionista, con caratteri poco visibili, rappresenta che "il simulatore fornisce una stima puramente indicativa dei risparmi economici, potenzialmente ottenibili scegliendo una Fiat 500 elettrica, rispetto all'attuale veicolo a normale motorizzazione a scoppio dell'utente; la stima ottenibile con il simulatore non è in alcun caso garanzia di risparmio effettivo. I valori omologativi di consumo di energia di Fiat 500 elettrica presenti nel simulatore si basano sul ciclo WLTP. Tali valori sono indicati per consentire la comparazione di dati dei diversi veicoli e possono non essere rappresentativi dei valori effettivi di consumo di energia, i quali dipendono da molteplici fattori, quali ad esempio lo stile di guida, il percorso, le condizioni atmosferiche e stradali, lo stato, le modalità d'uso e le dotazioni del veicolo, etc.". Anche in questo caso, non viene fornita alcuna indicazione di quanto incidano tali fattori sul chilometraggio effettivo. Peraltro, dai dati forniti nella predetta pagina (km totali per anno e numero di ricariche settimanali) emergerebbe un'autonomia chilometrica media diversa e contraddittoria rispetto a quella indicata in "320 km". Analogamente, Stellantis enfatizza anche per le vetture a marchio Jeep un'autonomia stimata di percorrenza chilometrica "fino a 400 km", tramite messaggi pubblicitari posti in evidenza – ad esempio – nella pagina web dedicata alla vettura "Jeep Avenger". Inoltre, in una pagina dedicata ai "vantaggi di un'auto elettrica", il Professionista fornisce rassicurazioni sull'autonomia di percorrenza chilometrica dell'auto elettrica, promuovendo i vantaggi derivanti dall'uso della Jeep Avenger e, in particolare, affermando "1 ricarica a settimana per un pieno di autonomia". Peraltro,



contraddittoriamente, dapprima viene indicata un'autonomia di 400 Km e successivamente "fino a 250 Km" con una ricarica settimanale. Inoltre, nella medesima pagina, il Professionista indica alcuni fattori che possono influenzare l'autonomia pubblicizzata elencando, in particolare, lo "stile di guida", la "velocità elevata", la "temperatura" ed i "pesi superflui", senza fornire alcuna indicazione di quanto incidano tali "fattori" sul chilometraggio effettivo. Tale incidenza potrebbe risultare rilevante tanto da poter comportare anche una notevole riduzione di autonomia del chilometraggio pubblicizzato. Relativamente alla scorrettezza delle informazioni sulla perdita di capacità della batteria dei veicoli elettrici, quale fattore che parimenti influenza l'autonomia, il Professionista, nella pagina promozionale dedicata al modello "500E", pubblicizza, enfaticamente, l'autonomia della vettura ("320 km") senza alcun riferimento, neppure tramite eventuali link collegati e/o asterischi, alla perdita di efficienza della batteria derivante dall'ordinario utilizzo del veicolo. Dunque, 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. Ancora, in un'altra pagina del sito *web* del Professionista dedicata alla "Autonomia e Ricarica" viene nuovamente rappresentato che "Fiat 500E, 100% elettrica può raggiungere i 320 km nel ciclo combinato WLTP, che possono aumentare nel ciclo urbano. Guarda il video per saperne di più sulla sua autonomia e sulle altre modalità di guida che possono aumentarla, come lo Sherpa". A ciò si aggiunga che nella sezione rubricata "L'autonomia e le sue variabili", presente nella medesima pagina *web*, non compare tra queste "variabili" l'ordinario utilizzo della vettura che genera una perdita/degrado di capacità della batteria ma, soltanto, "Il fattore velocità", "Le abitudini di guida contano" e "Temperatura a bordo e autonomia". Anche per Jeep, il Professionista elenca alcuni fattori che possono influenzare l'autonomia pubblicizzata elencando, in particolare, lo "stile di guida", la "velocità elevata", la "temperatura" ed i "pesi superflui", senza alcun riferimento, neppure tramite eventuali *link* collegati e/o asterischi, alla perdita di capacità della batteria derivante dall'ordinario utilizzo del veicolo. Tale incidenza potrebbe risultare rilevante tanto da poter comportare anche una notevole riduzione di autonomia del chilometraggio pubblicizzato. Infine, relativamente alla scorrettezza delle informazioni sulle limitazioni di operabilità della garanzia sulla batteria, Stellantis promuove, attraverso messaggi promozionali presenti nelle pagine principali dei veicoli commercializzati a marchio Fiat, l'esistenza di una garanzia sui veicoli e sulla batteria, senza ulteriori e immediate specificazioni circa le limitazioni, comunque presenti, di operabilità di tale garanzia. Analogamente, anche per i veicoli commercializzati a marchio Jeep, Stellantis promuove, attraverso messaggi promozionali presenti sul proprio sito *web*, l'esistenza di una garanzia sui veicoli e sulla batteria, e sui relativi vantaggi, senza ulteriori e immediate specificazioni circa le limitazioni, comunque presenti, di operabilità di tale garanzia. In particolare, nel promuovere il pacchetto di garanzia dedicato ai veicoli elettrici, il Professionista pubblicizza che "la tua batteria di trazione è garantita 8 anni o fino a 160.000 km, con la garanzia del costruttore";

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, la rappresentazione da parte di Stellantis di una autonomia stimata dei veicoli a marchi Fiat e Jeep, che oltre ad apparire contraddittoria, sembra caratterizzarsi per la generica indicazione che questa possa essere influenzata da alcuni "fattori", potrebbe risultare scorretta in quanto non viene chiarito quanto tali fattori effettivamente incidano sul chilometraggio – nella misura in cui tale incidenza potrebbe risultare rilevante tanto da poter comportare una notevole riduzione del chilometraggio pubblicizzato – in possibile violazione dell'articolo 20, 21 e 22 del Codice del consumo. Quanto, invece, alle informazioni sulla perdita di capacità della batteria dei veicoli elettrici a marchio Fiat e Jeep, dall'analisi dei relativi siti web è emerso 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. Inoltre, quanto alle limitazioni di operabilità della garanzia convenzionale sulla batteria, Stellantis, in un documento (neppure presente sui siti *web* di Fiat e Jeep) denominato "Garanzia e Servizi", indica le condizioni/limitazioni applicate alla garanzia convenzionale sulla batteria ad alto voltaggio dei veicoli Fiat e Jeep, nel quale viene indicato che "La batteria di accumulo agli ioni di litio ad alta tensione (nel seguito definita "batteria ad alta tensione") è garantita, alle condizioni di seguito indicate, per un periodo di 8 anni o 160.000 km, a seconda di quale termine venga raggiunto per primo, dalla data di consegna del veicolo, mediante garanzia convenzionale prestata da casa madre" con la precisazione che tale garanzia "consiste nell'obbligazione del Costruttore, senza costi aggiuntivi per il Cliente, di ripristinare i difetti di fabbrica mediante la sostituzione con una batteria ad alta tensione nuova o ricondizionata certificata, ovvero mediante la sua riparazione". Nel medesimo documento, vengono precisate le limitazioni di operabilità della garanzia convenzionale sulla batteria, ovvero che "la batteria ad alta tensione ha una durata di esercizio limitata. La sua capacità di conservare la carica diminuisce con il tempo e l'utilizzo, come qualsiasi altra batteria ricaricabile. L'entità della diminuzione della capacità della batteria varia in base alle condizioni esterne (temperatura ambiente, ecc.) e alle condizioni d'uso, ad esempio le abitudini di guida e le modalità di ricarica della batteria ad alta tensione indicate nel Supplemento al Libretto di Uso e Manutenzione in dotazione alla vettura. Si tratta di una caratteristica propria delle batterie agli ioni di litio che il Cliente accetta e riconosce e non rappresenta un difetto di fabbrica reclamabile ai sensi di questa garanzia a meno che la capacità di carica della batteria scenda al di sotto del 70% prima del verificarsi – alternativamente – della scadenza dell'ottavo anno dalla data di consegna della vettura o della percorrenza di 160.000 km dalla data di consegna della vettura, a seconda di quale dei due termini venga raggiunto per primo". Inoltre, si legge che "la Garanzia di cui sopra non copre i difetti o i malfunzionamenti causati [...] da inosservanza delle corrette procedure di ricarica [...], inosservanza delle istruzioni di AVVERTENZA e di PRECAUZIONE [...], guasto di altri componenti".



Pertanto, contrariamente a quanto pubblicizzato sui siti *web* di Fiat e Jeep, Stellantis prevede delle limitazioni di operabilità della garanzia convenzionale in possibile violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del consumo. L'omissione/carenza informativa circa tali limitazioni sarebbe, altresì, accentuata a causa del frequente rinvio al rispetto di prescrizioni indicate in altri documenti (tra cui il libretto di uso e manutenzione del veicolo) che limita la capacità di comprensione da parte del consumatore circa la copertura/esclusione della garanzia convenzionale. A titolo esemplificativo, si consideri "l'inosservanza delle corrette procedure di ricarica" e/o "l'inosservanza delle istruzioni di AVVERTENZA e di PRECAUZIONE" – documenti neppure presenti sui siti *web* di Fiat e Jeep – come causa di esclusione della garanzia convenzionale;

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

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.



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 Presidente;

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, 3 dicembre 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella