



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

DELIBERA N. 311/25/CONS

PARERE

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

PS12841

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 novembre 2025 al prot. n. 0298214 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 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 Miriade Spa (di seguito Miriade 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 del 24 giugno 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 del 24 giugno 2025, di avvio del procedimento istruttorio PS12841, 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 Miriade svolge – quale attività prevalente – quella del commercio, anche *online* tramite il sito <https://www.miriade.com> (di seguito il Sito), di abbigliamento, scarpe, borse e accessori;

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS12841, AGCM evidenzia che, secondo la segnalazione pervenuta e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, Miriade avrebbe posto in essere la seguente condotta:

risulterebbe che il Professionista ponga in essere una pratica commerciale scorretta consistente nell'utilizzo di modalità ambigue e scorrette per indicare i prezzi dei prodotti in offerta e gli annunci di riduzione di prezzo dei prodotti da esso commercializzati (e i relativi sconti), pubblicizzati tramite il Sito nonché – eventualmente – tramite gli altri canali distributivi da esso impiegati, inclusi i punti vendita "fisici". In particolare, nella pagina di apertura compaiono una serie di borse, con l'indicazione di un prezzo "pieno" barrato, un prezzo più basso e, in alto, la percentuale di sconto applicata. Cliccando su uno dei prodotti pubblicizzati si atterra nella specifica pagina dove sono riportate nel dettaglio le caratteristiche del prodotto e nella quale, accanto all'indicazione del prezzo "pieno" barrato e del prezzo applicato con l'indicazione della percentuale di sconto, compare altresì la precisazione del prezzo degli ultimi 30 giorni. Il prezzo degli ultimi 30 giorni è, però, lo stesso prezzo di quello praticato al momento per la vendita. Anche cliccando nella pagina specifica dedicata alle PROMOZIONI, la modalità di esposizione dei prezzi è analoga a quella sopra descritta, ovvero l'indicazione del prezzo pieno barrato e del prezzo applicato con l'indicazione della percentuale di sconto, e poi la precisazione del prezzo degli ultimi 30 giorni che risulta essere uguale al prezzo di quello praticato al momento per la vendita;

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,

il Professionista pubblicizza, sia per prodotti non "in offerta" sia per prodotti indicati come "promozionali", i prezzi scontati che sono uguali a quelli più bassi degli ultimi 30 giorni, contrariamente a quanto stabilito dalla Corte di Giustizia. Tale modalità di indicazione dei prezzi potrebbe risultare ingannevole, non riferendosi al "prezzo precedente", ovvero quello più basso applicato alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti all'applicazione della (presunta) riduzione di prezzo. Inoltre, appare ingannevole, sia nelle pagine "promozionali" sia in quelle "non promozionali" del Sito, la contemporanea indicazione per numerosi prodotti in offerta: (i) del prezzo più basso degli ultimi 30 giorni (cosiddetto "prezzo più basso"); (ii) del prezzo di vendita attuale uguale a quello più basso degli ultimi 30 giorni ma inferiore a quello di listino, accompagnato dalla dicitura "PROMOZIONE" e (iii) del prezzo "di listino" più elevato di quello attuale. Infatti, l'indicazione di un prezzo di listino più elevato di quello attuale e l'impiego della dicitura "PROMOZIONE" (con riferimento al prezzo attuale) può indurre ingannevolmente il consumatore a ritenere che sia in corso un'offerta particolarmente vantaggiosa, mentre tale circostanza non corrisponde al vero



essendo il prezzo di vendita di numerosi prodotti uguale o superiore a quello più basso degli ultimi 30 giorni. Ciò contrasta con quanto stabilito dalla Corte di Giustizia. Inoltre, rileva se il prezzo "pieno" o "di listino" sia un prezzo effettivamente applicato;

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 secondo trimestre del 2025 compreso tra 43,6 e 44,6 milioni su base mensile (tra 44,3 e 44,8 milioni nel secondo trimestre del 2024), con oltre 69 ore e 12 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a giugno 2025, 42,4 milioni hanno usato Google (43,4 milioni nello stesso mese del 2024), 39,3 milioni Meta Platforms (40,3 milioni nello stesso mese del 2024), 34,5 milioni Amazon (36,1 milioni nello stesso mese del 2024). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel secondo trimestre del 2025, tra 37,9 e 38,4 milioni (tra 38,9 e 39,0 milioni nel secondo trimestre del 2024), con una media di oltre 2 ore e 20 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;

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 giugno 2025.

³ Dato riferito al mese di giugno 2025.



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

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.

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