



*Autorità Garante  
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 1° agosto 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO l'art.1, comma 6, del Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21 in base al quale il massimo edittale della sanzione è stato confermato nella misura di 5.000.000 di euro già stabilito dall'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, abrogato dallo stesso Decreto Legislativo n. 21/2014;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012, successivamente sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, clausole vessatorie*" (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014;

VISTI gli atti del procedimento;

## **I. LE PARTI**

1. Universal S.r.l. in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. Universal S.r.l., controllata al 100% dal proprio

socio unico Ambrosia Holding S.r.l., è una società attiva sul mercato italiano nel settore delle energie rinnovabili e si occupa, tra l'altro, della commercializzazione di impianti fotovoltaici, solari termici, climatizzatori, addolcitori e caldaie. Dal bilancio 2012 risulta un fatturato pari a circa 11 milioni di euro ed una perdita di circa 30.000 euro.

2. New Universal S.r.l., in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. Anch'essa è una società controllata al 100% dal proprio socio unico Ambrosia Holding S.r.l., attiva sul mercato italiano nel settore delle energie rinnovabili. Poiché la società ha iniziato la propria attività nel luglio 2013 la stessa non ha ad oggi ancora approvato un bilancio.

3. CRCU – Centro di Ricerca e tutela dei consumatori e degli utenti – Sede provinciale di Trento, in qualità di segnalante.

## II. LA PRATICA COMMERCIALE

4. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dai professionisti, consistente nella diffusione di messaggi volti a pubblicizzare una offerta commerciale promozionale, presentata come operazione a premio a favore degli acquirenti di impianti solari termici o di impianti fotovoltaici, che consiste nella promessa di buoni spesa spendibili presso i punti vendita a marchio Euro Brico, del valore di 100 euro per ogni pannello di impianto solare termico o per ogni chilowatt di potenza dell'impianto fotovoltaico acquistati.

5. In particolare, in data 17 febbraio 2014 è pervenuta una segnalazione da parte dell'associazione CRCU – Centro di Ricerca e Tutela dei Consumatori e degli Utenti, la quale lamentava l'ingannevolezza della pubblicità diffusa dai professionisti a mezzo *internet*, volantini, affissioni nonché tramite i propri rappresentanti relativa alla possibilità di usufruire di un buono spesa da utilizzare, come su indicato, presso i punti vendita a marchio Euro Brico, del valore di 100 euro per ogni pannello di impianto solare termico o per ogni chilowatt di potenza dell'impianto fotovoltaico acquistati.

6. L'associazione nella denuncia ha riferito al riguardo che un consumatore, venuto a conoscenza della campagna promozionale descritta tramite il sito *internet* [www.gruppouniversal.com](http://www.gruppouniversal.com), si convinceva ad acquistare un impianto

fotovoltaico da 4 kW nel periodo di validità dell'offerta, ma dopo l'installazione dell'impianto gli veniva negato il rilascio di 4 buoni spesa con la motivazione che, al fine di aderire alla promozione, l'acquisto dell'impianto sarebbe dovuto avvenire presso un punto vendita Euro Brico e nel contratto avrebbe dovuto essere menzionata la promozione.

### **III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### ***1) L'iter del procedimento***

7. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 9 aprile 2014 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS9368 nei confronti dei professionisti Universal S.r.l. e New Universal S.r.l. per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 23, 24 e 25 del Codice del Consumo.

8. In tale sede veniva ipotizzata la scorrettezza della pratica commerciale posta in essere dai professionisti in ragione della difformità del comportamento tenuto al momento della vendita e dopo la vendita rispetto a quanto prospettato nei messaggi pubblicitari, del rifiuto di attribuire i premi promessi e/o della previsione di condizioni ulteriori ed aggiuntive, rispetto a quelle pubblicizzate, per l'assegnazione degli stessi.

9. Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione della pratica commerciale in esame, è stato chiesto al professionista, di fornire informazioni e relativa documentazione circa la campagna promozionale, il ruolo svolto da ciascuna delle due imprese nella pratica in argomento, le vendite ed i buoni spesa attribuiti.

10. Sempre contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stato richiesto ai professionisti, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15 del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria ed in particolare di produrre idonea documentazione volta a dimostrare l'effettiva attribuzione di buoni sconto in conformità ai messaggi diffusi ed al regolamento dell'operazione a premi.

11. In data 28 aprile 2014 le Società Universal S.r.l. e New Universal S.r.l., in risposta alle richieste formulate dall'Autorità, hanno fatto pervenire una memoria con allegata documentazione.

12. In data 13 giugno 2014 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

## 2) *Le evidenze acquisite*

### a) *Imputazione della pratica ai professionisti*

13. In merito al ruolo svolto da ciascuno dei due professionisti nella pratica in argomento, gli stessi hanno precisato che, la società Universal S.r.l. agisce in qualità di promotrice, e la società New Universal S.r.l. in qualità di associata alla operazione a premi denominata "BUONO EURO BRICO". L'operazione è disciplinata da apposito regolamento di cui i professionisti hanno prodotto copia, nel quale l'offerta commerciale viene definita come "*Operazione a Premi con premio immediato soggetta alla disciplina del D.P.R. n. 430/2001*"<sup>1</sup>. Le società hanno depositato il contratto con il quale è stata affidata ad una società terza la sola gestione degli adempimenti procedurali, a partire dalla predisposizione del regolamento della operazione a premi in conformità al D.P.R. n. 430/01.

14. Dal contratto risulta che la società Universal S.r.l. ha delegato una società terza per l'esecuzione degli adempimenti procedurali previsti dall'operazione promozionale, fra cui la predisposizione del regolamento della manifestazione, mentre sono a carico del promotore, fra l'altro, la "*corretta applicazione del regolamento della manifestazione, per quanto di sua competenza, e la corrispondenza fra quest'ultimo e la promessa al pubblico (art. 1989<sup>2</sup> del Codice Civile)*".

### b) *Messaggi pubblicitari ed altre evidenze*

15. In merito al contenuto dei messaggi diffusi per pubblicizzare la promozione, dal loro esame emerge che l'unica condizione in essi indicata per l'assegnazione dei buoni spesa promessi, è l'effettuazione dell'acquisto

---

<sup>1</sup> Si tratta del D.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, recante il "Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449".

<sup>2</sup> Si tratta dell'articolo del Codice Civile in materia di "Promessa al pubblico", il cui 1° comma recita "Colui che, rivolgendosi al pubblico, promette una prestazione a favore di chi si trovi in una determinata situazione o compia una determinata azione, è vincolato dalla promessa non appena questa è resa pubblica."

di un impianto solare termico o di un impianto fotovoltaico nel periodo di validità dell'offerta riportato nei messaggi (dal 24 giugno al 31 dicembre 2013), così come indicato, peraltro, anche nello stesso regolamento della operazione a premi<sup>3</sup>.

16. In particolare il messaggio diffuso sul sito internet "[www.gruppouniversal.com](http://www.gruppouniversal.com)" riportava: "*Universal ti regala Ricchi Buoni Spesa da EuroBrico! Acquista un impianto solare termico o fotovoltaico Universal e riceverai un BUONO del valore di 100,00 € per ogni pannello termico acquistato o per ogni kW di potenza installata da spendere presso i punti vendita EuroBrico! Non perderti questa offerta irripetibile!*".

17. Di analogo contenuto era il volantino, scaricabile anche dallo stesso sito "[www.gruppouniversal.com](http://www.gruppouniversal.com)", nel quale campeggiava l'affermazione a caratteri di grandi dimensioni: "*Installa un IMPIANTO SOLARE oppure un IMPIANTO FOTOVOLTAICO e ricevi in REGALO un RICCO BUONO SPESA da spendere nei negozi EuroBRICO*", sotto la quale, al centro del messaggio, in un riquadro si leggeva: "*1 kW FOTOVOLTAICO oppure 1 PANNELLO TERMICO = BUONO 100,00 €*". Nella parte bassa del volantino con caratteri più piccoli veniva riportata la seguente frase: "*Acquista un impianto solare termico o fotovoltaico Universal e riceverai un BUONO del valore di 100,00 € per ogni pannello termico acquistato o per ogni kW di potenza installata*". In basso a destra vi erano le indicazioni per acquisire ulteriori informazioni "*PER INFORMAZIONI E PREVENTIVI*" al "*Numero Verde 840-694660*" ed all'indirizzo internet "[www.gruppouniversal.com](http://www.gruppouniversal.com)".

18. Identiche a quelle del volantino sia per le affermazioni che per la grafica erano le pubblicità diffuse attraverso un affissionale utilizzato per informare dell'offerta commerciale e una "*newsletter*" inviata per posta elettronica a vari consumatori. La "*newsletter*" è stata predisposta in due versioni in una delle versioni al contenuto su descritto va aggiunta l'esortazione a caratteri cubitali "*AFFRETTATI!!! Sei ancora in tempo per ricevere in REGALO un RICCO BUONO SPESA da spendere nei negozi EuroBrico*".

19. Dall'esame della documentazione prodotta in allegato alla memoria dei professionisti del 28 aprile 2014, è possibile evincere alcuni dati relativi ai contratti di vendita conclusi dalle due società Universal S.r.l. e New Universal S.r.l. nel periodo di validità dell'operazione, nonché ai buoni spesa emessi e distribuiti per le rispettive vendite. In particolare, dalla

---

<sup>3</sup> Nel regolamento della operazione a premi si specifica che rileva ai fini della promozione, l'acquisto non solo di un impianto termico o fotovoltaico, ma anche di caldaie, climatizzatori e addolcitori.

documentazione messa a disposizione dai professionisti in merito alle vendite effettuate<sup>4</sup>, emerge che nel periodo tra giugno 2013 e dicembre 2013 – periodo della promozione – la società Universal S.r.l. ha concluso 59 contratti di vendita<sup>5</sup>, per un ammontare complessivo di circa 675 mila euro, mentre la New Universal S.r.l.<sup>6</sup> ne ha conclusi 286, per una ammontare complessivo di circa 2 milioni di euro. Dalla documentazione prodotta risulta altresì che per 82 di tali contratti sono stati emessi buoni spesa<sup>7</sup>. Più precisamente risultano da tali documenti emessi 227 buoni spesa ciascuno di un valore di 100 euro<sup>8</sup>, per un totale di 22.700 euro.

### 3) Le argomentazioni difensive dei professionisti

20. I professionisti nella memoria del 28 aprile 2014 hanno dichiarato che *“la ratio del concorso era quella di dare impulso alle vendite delle società coinvolte, attraverso una partnership commerciale tesa ad incentivare l’acquisto di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili per i clienti EuroBrico concedendo a questi ultimi i buoni da spendere presso lo stesso punto vendita EuroBrico”*.

21. Data la ratio dell’operazione, la previsione relativa alla circostanza che i buoni erano disponibili solo per coloro che effettuavano l’acquisto dell’impianto presso un punto vendita della catena EuroBrico era la logica conseguenza della promozione. Infatti, tutti i buoni spesa consegnati agli acquirenti degli impianti fotovoltaici e/o dei pannelli sono stati consegnati ai soli clienti che hanno concluso i contratti presso uno dei vari punti vendita della catena EuroBrico.

22. Nelle difese le società ammettono che né nei messaggi diffusi per pubblicizzare l’operazione né nel regolamento della promozione vi era alcuna specificazione in ordine alla circostanza che per accedere all’offerta

---

<sup>4</sup> Si rileva che alcuni dei contratti indicati riguardano l’acquisto non di impianti solari termici o fotovoltaici, bensì di altri prodotti (individuati nei documenti forniti dai professionisti come “CLIMA” e “CALDAIE”). I professionisti chiariscono peraltro che non tutti gli ordini indicati nell’elenco sono stati evasi, essendo alcuni di essi ancora in attesa di definizione.

<sup>5</sup> Si tratta, in particolare, di vendite effettuate nel periodo tra il 28.06.2013 e il 16.10.2013 (prodotti venduti: impianti termici, impianti fotovoltaici e caldaie).

<sup>6</sup> Si tratta, in particolare, di vendite effettuate nel periodo tra il 16.07.2013 e il 31.12.2013 (prodotti venduti: impianti termici, impianti fotovoltaici, caldaie e climatizzatori). Nella memoria dei professionisti si precisa che la New Universal, anche se costituita il 15.11.2012, ha iniziato la propria attività nel Luglio 2013.

<sup>7</sup> Si rileva che alcuni dei buoni spesa indicati risultano emessi non in relazione all’acquisto di impianti solari termici o fotovoltaici, bensì in relazione all’acquisto di altri prodotti.

<sup>8</sup> La promozione dava diritto ad un buono per ogni impianto o kW di potenza acquistato, pertanto un solo acquirente ha potuto cumulare un numero variabile di buoni, il che ha fatto sì che dalla conclusione di soli 82 contratti derivino 227 buoni emessi.

fosse necessario procedere all'acquisto dei prodotti che davano diritto ai buoni presso i punti vendita EuroBrico, ma giustificano tale omissione come incolpevole, e dovuta a una *"mera dimenticanza ed inesperienza nel settore, trattandosi della prima operazione di tal genere posta in essere dalle società"*.

23. In merito al comportamento concretamente tenuto dai professionisti nell'attuazione dell'offerta commerciale, nelle difese si afferma che di fatto non è stato predisposto alcun bilancio preventivo dell'operazione e che, come su specificato, i buoni spesa promessi sono stati riservati solo a coloro che hanno effettuato l'acquisto dell'impianto e/o dei pannelli solari presso un punto vendita a marchio EuroBrico, ed i buoni consegnati potevano essere spesi solo presso lo stesso punto vendita dove si è proceduto a concludere il contratto di acquisto dell'impianto.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

24. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo internet, in data 7 luglio 2014 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

Con parere pervenuto in data 30 luglio 2014, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 23 e 25 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- le varie forme di presentazione della promozione, sia il messaggio diffuso via internet, sia i volantini che i cartelloni affissionali contenevano come unica condizione indicata per l'assegnazione dei buoni spesa promessi l' *"effettuazione dell'acquisto di un impianto solare termico o fotovoltaico nel periodo indicato(dal24 giugno al 31 dicembre 2013);*
- che, in particolare il messaggio diffuso sul sito *www.guppouniversal.com* riportava: *"Universal ti regala ricchi buoni spesa da EuroBrico! Acquista un impianto solare termico o fotovoltaico Universal e riceverai un BUONO del valore di 100,00 euro per ogni pannello termico acquistato o per ogni KW di potenza installata da spendere presso i punti vendita EuroBrico! Non perderti questa offerta irripetibile!"* senza alcuna ulteriore specificazione;
- che la documentazione trasmessa dalla società Universal e New

Universal a riscontro dell'attribuzione dell'onere della prova consente di ritenere che i messaggi con cui è stata pubblicizzata l'offerta, in quanto omettono informazioni essenziali per la fruibilità dell'offerta stessa integrano una pratica commerciale scorretta idonea ad indurre in errore il consumatore medio ed idonea ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

25. La pratica oggetto di valutazione, come descritta al punto II del presente provvedimento, consiste nella difformità di quanto prospettato nei messaggi pubblicitari rispetto al comportamento tenuto dai professionisti nella assegnazione dei buoni spesa pubblicizzati.

26. Dai documenti acquisiti agli atti emerge che sia la società Universal S.r.l. che la società New Universal S.r.l. hanno partecipato alla realizzazione dell'offerta promozionale, stipulando contratti per la vendita dei prodotti (impianti solari termici e impianti fotovoltaici), in relazione ai quali era stata pubblicizzata la possibilità di ottenere dei buoni spesa del valore di "100,00 € per ogni pannello termico acquistato o per ogni kW di potenza installata da spendere presso i punti vendita EuroBrico! Non perderti questa offerta irripetibile!". Risulta agli atti che alcuni consumatori hanno potuto beneficiare dell'offerta e abbiano ricevuto i buoni spesa sia dalla società Universal S.r.l. che dalla società New Universal S.r.l. Sulla base di tali elementi, ad entrambi i professionisti è direttamente imputabile la pratica commerciale oggetto del presente procedimento.

27. Entrando nel merito della pratica in esame, oggetto di valutazione è la idoneità dei messaggi pubblicitari diffusi dai professionisti ad indurre in errore i consumatori sulle caratteristiche dell'offerta e sulla possibilità di usufruire della stessa.

28. Sul punto si rileva che le affermazioni contenute nei vari messaggi lasciano intendere in modo chiaro ed inequivoco che con l'acquisto di un impianto fotovoltaico e/o di pannelli solari si ha diritto a ricevere in omaggio buoni per il valore di 100 Euro per ogni Km dell'impianto scelto e/o ogni pannello solare acquistato da spendere presso i punti vendita EuroBrico.

29. Tutti i messaggi pubblicitari diffusi contengono la medesima formulazione dell'offerta riassunta dai vari *claim* utilizzati "Installa un IMPIANTO SOLARE [oppure] un IMPIANTO FOTOVOLTAICO e ricevi in

*regalo un ricco buono spesa da spendere nei negozi EUROBRICO*” ed in tutti i messaggi pubblicitari (nel messaggio pubblicitario diffuso a mezzo volantino, sui cartelloni affissionali, sul sito internet *www.gruppouniversal.com* ed infine nelle informazioni fornite dai rappresentanti commerciali) viene posta in rilievo quale unica condizione per aderire all’operazione a premi l’acquisto di un impianto nel periodo di validità della promozione (“dal 24/06/2013 al 31/12/2013”).

**29.** In realtà, come emerso nel corso dell’istruttoria e come ammesso dagli stessi operatori nelle memorie presentate, per avere diritto ai buoni spesa pubblicizzati era necessario acquistare l’impianto e/o i pannelli solari presso un punto vendita EuroBrico ed i buoni ottenuti erano spendibili solo all’interno del medesimo punto vendita.

**30.** Infatti i messaggi così come strutturati non contengono alcuna avvertenza in ordine a possibili limiti o vincoli di fruibilità dell’offerta stessa legati alle modalità di acquisto dell’impianto e a vincoli sulla spendibilità dei buoni una volta ritirati.

I messaggi non contengono alcun cenno in merito alla circostanza che per il riconoscimento e l’assegnazione dei buoni promessi fosse necessario che l’acquisto dell’impianto avvenisse presso un punto vendita a marchio EuroBrico e che i buoni fossero spendibili solo all’interno del punto vendita presso cui era avvenuto l’acquisto dell’impianto fotovoltaico. Gli indicati requisiti non sono rinvenibili né nei messaggi pubblicitari (volantini, newsletter, affissioni), né nel regolamento dell’operazione a premi.

**31.** Alla luce di quanto sopra esposto i messaggi pubblicitari oggetto del procedimento *de quo* risultano idonei ad indurre in errore i consumatori sulle caratteristiche dell’offerta e sulle modalità di fruizione della stessa, e per tali motivi integrano una pratica commerciale scorretta ai sensi dell’art. 21, comma 1, lettera *b*), e 22, comma 1, con riferimento alla disposizione di cui allo stesso art. 22, comma 4, lettera *a*), del Codice del Consumo.

**32.** La condotta delle società Universal S.r.l. e New Universal S.r.l. risulta inoltre non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile ai sensi dell’articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, considerata la tipologia di operatori i quali dovrebbero, in base ai principi minimi del canone di buona fede e correttezza, assicurare ai consumatori un’informazione completa ed esaustiva in merito alle reali caratteristiche dell’offerta.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**33.** Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**34.** In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

**35.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della molteplicità dei mezzi di diffusione utilizzati tra i quali *internet*, della natura della pratica caratterizzata da un elevato grado di offensività tenuto che viene prospettata, a fronte di una spesa comunque non irrisoria, la possibilità di ottenere buoni il cui valore è anch'esso elevato omettendo informazioni essenziali per la concreta fruibilità dell'offerta stessa.

**36.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la diffusione di tutti i messaggi in esame è stata posta in essere per sei mesi, in corrispondenza del periodo di validità dell'offerta commerciale pubblicizzata (24 giugno - 31 dicembre 2013).

**37.** Sulla base di tali elementi e tenuto conto delle condizioni economiche delle due società, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Universal S.r.l. nella misura di 25.000 € (venticinquemila euro) e l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a New Universal S.r.l. nella misura di 25.000 € (venticinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 comma 1 lettera *b*), e 22, comma 1, con riferimento alla disposizione di cui allo stesso art. 22, comma 4, lettera *a*), in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle caratteristiche ed alla fruibilità dell'offerta;

## DELIBERA

- a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Universal S.r.l. e New Universal S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, comma 1, lettera *b*), e 22, comma 1, con riferimento alla disposizione di cui allo stesso art. 22, comma 4, lettera *a*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;
- b) di irrogare alla società Universal S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 25.000 € (venticinquemila euro);
- c) di irrogare alla società New Universal S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 25.000 € (venticinquemila euro).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere *b e c*) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet www.agenziaentrate.gov.it*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la

sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberta Chiappa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*