

PS10067 - REI REGISTRO ECCELLENZE ITALIANE-SERVIZIO PUBBLICITÀ GRATUITA

Provvedimento n. 25744

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 novembre 2015;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTO il Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145, recante "Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole" (di seguito, Decreto);

VISTO il "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, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 5 giugno 2014, successivamente sostituito dal "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Nuovo Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. **ImpresaOk S.r.l.** semplificata (di seguito anche "ImpresaOK"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera c), del Decreto. Tale società è concessionaria d'uso del sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com e del segno distintivo "Rei Eccellenze Italiane TM", nonché attualmente cedente degli stessi in favore della società REI Registro Eccellenze Italiane a r.l.s.. ImpresaOK nel corso del procedimento si è limitata a fornire copia del bilancio relativo all'esercizio 2014 che tuttavia riporta solo alcuni dati relativi allo stato patrimoniale¹, senza produrre alcun documento contabile che attestasse i risultati economici di esercizio.

2. **REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l.** semplificata (di seguito anche "REI S.r.l.s."), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera c), del Decreto. Tale società, sub-concessionaria d'uso del sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com e del segno distintivo "Rei Eccellenze Italiane TM", gestisce un *database* denominato "Registro Eccellenze Italiane" nel quale sono inseriti i dati delle imprese che aderiscono all'iniziativa commerciale promossa da tale professionista. REI S.r.l.s. ha realizzato, in base all'ultimo bilancio disponibile (31 dicembre 2014), ricavi per quasi 264.000 euro e una perdita d'esercizio pari a quasi 1.900 euro².

3. **Sig. Lottici Franco**, titolare dell'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco (di seguito anche "REILF"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera c), del Decreto. Tale società è stata sub-concessionaria d'uso del sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com e ha gestito il *database* denominato "Registro Eccellenze Italiane" nel

¹ Cfr. doc. n. 38.

² Cfr. doc. n. 32 all. n. 11.

periodo compreso tra il 13 settembre 2013 e il 29 aprile 2014³. Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

II. IL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

4. Con richieste di intervento pervenute a partire dal settembre 2013⁴, alcune imprese hanno segnalato di aver ricevuto via *e-mail* un messaggio pubblicitario vago e confusorio, inerente a una proposta commerciale volta a far sottoscrivere un abbonamento oneroso a un servizio pubblicitario consistente nella iscrizione al *database* telematico “*REI Registro Eccellenze Italiane*”, nonché nel rilascio di alcuni certificati e di un codice identificativo denominato “*ID Anticontraffazione*”.

Mentre REI S.r.l.s. ha diffuso tale messaggio via *e-mail* attraverso il sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com, REILF si è limitata a diffonderlo solo attraverso il predetto sito *Internet*.

i) Il messaggio pubblicitario diffuso da REI S.r.l.s.

5. Il messaggio pubblicitario diffuso da REI S.r.l.s., mediante attività di *mailing* e attraverso il sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com, non riporta nel primo contatto commerciale il carattere oneroso del servizio offerto e le condizioni economiche alle quali viene fornito. Il professionista, con riguardo alla natura, all’oggetto e alle caratteristiche dell’attività svolta non precisa in cosa consistano le certificazioni rilasciate, se le stesse abbiano o meno natura pubblicitaria, né quali siano i requisiti che un’impresa dovrebbe possedere per ottenere il “*Certificato Eccellenze Italiane*” e l’assegnazione del cd. “*ID Anticontraffazione*”.

6. Più specificamente REI S.r.l.s., all’interno della prima *e-mail*, asserisce che le imprese contattate sarebbero state selezionate sulla scorta di “*segnalazioni locali, recensioni, partecipazioni a fiere nazionali/internazionali e indagini di mercato promosse dal Registro Eccellenze Italiane*”, in quanto potenzialmente in possesso dei requisiti di idoneità per “*il rilascio del riconoscimento di Azienda certificata Eccellenze Italiane, con conseguente emissione di un ID Anticontraffazione riservato*”. Il professionista, inoltre, pone enfasi su diciture quali: “*Eccellenze Italiane, Il Registro delle PMI Made in Italy*”, “*ID Anticontraffazione*”, “*Registro Eccellenze Italiane*”, “*Certificato Eccellenze Italiane*”, “*Azienda certificata Eccellenze Italiane*”, “*Marchio di Qualità Eccellenze Italiane*” ed “*EXPOMilano2015*”. Ai destinatari di tale *e-mail* viene poi rivolto un invito a recarsi sul sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com e compilare un modulo di certificazione che verrà sottoposto al Comitato di Redazione di REI S.r.l.s. per l’assegnazione del “*Certificato Eccellenze Italiane*” e che, in caso di parere positivo, porterà al conferimento della qualifica di “*Azienda certificata Eccellenze Italiane*”.

7. Anche le affermazioni pubblicitarie diffuse tramite il sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com contengono informazioni analoghe a quelle presenti nella prima *e-mail*, facendo anche ricorso, già a partire dalla *homepage*, a espressioni evocative di certificazioni normativamente disciplinate e/o di attività di interesse pubblicitario, quali: “*REI Registro Eccellenze Italiane*”, “*ID Anticontraffazione*”, “*Made in Italy*”, “*Denominazione di origine protetta*”, “*Indicazione Geografica Protetta*”, “*Specialità Tradizionale Garantita*” e il riferimento all’esposizione universale Expo Milano 2015.

³ Cfr. doc. n. 31.

⁴ Cfr. doc. n. 1.

ii) Il messaggio pubblicitario diffuso da REILF

8. La diffusione del messaggio pubblicitario a opera di REILF è avvenuta solo mediante il sito Internet *www.eccellenzeitaliane.com*.

REILF in un primo momento, pur menzionando il carattere oneroso del servizio, utilizzava il logo ufficiale dell'esposizione universale Expo Milano 2015. Tale professionista, successivamente, ha eliminato dal predetto sito le informazioni inerenti al carattere oneroso della propria offerta commerciale senza fornire alle imprese italiane informazioni precise in ordine alla natura, all'oggetto e alle caratteristiche dell'attività svolta. In particolare, non si precisava in cosa consistessero le certificazioni rilasciate, se le stesse avessero o meno natura pubblicitaria, né quali fossero i requisiti che un'impresa avrebbe dovuto possedere per ottenere il "Certificato Eccellenze Italiane" e l'assegnazione del cd. "ID Anticontraffazione".

Già a partire dalla *homepage*, il professionista ha fatto, inoltre, riferimento a certificazioni normativamente disciplinate e/o ad attività di interesse pubblicitario, quali: "ID Anticontraffazione di Eccellenze Italiane", "Comitato Etico Eccellenze Italiane", "RIA Registro ID Anticontraffazione", "Denominazione di origine protetta", "Indicazione Geografica Protetta" e "Specialità Tradizionale Garantita", "Made in Italy" e "Expo Milano 2015".

REILF ha ommesso poi di indicare le informazioni inerenti alla propria identità, né ha precisato che la propria attività di certificazione e verifica della sussistenza del "Made in Italy" attraverso il Comitato Etico Eccellenze Italiane non riveste natura pubblicitaria. Infine, REILF ha utilizzato sul sito sia il logo ufficiale che la dicitura dell'esposizione universale Expo Milano 2015, pur non avendo rapporto alcuno con l'organizzazione di tale evento.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**1) L'iter del procedimento**

9. In relazione al messaggio sopra descritto, in data 30 aprile 2015⁵, è stato comunicato a ImpresaOK l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10067 per possibile violazione degli articoli 1, 2 e 3 del Decreto Legislativo n. 145/2007, nonché per la presunta realizzazione di una pratica commerciale aggressiva in violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera a), nonché 26, comma 1, lettera f) del Codice del Consumo. In tale sede, in particolare, veniva ipotizzata l'ingannevolezza del messaggio diffuso, via *e-mail* e a mezzo Internet, presso le imprese italiane, in quanto contenente informazioni decettive in ordine alle caratteristiche e al prezzo del servizio pubblicitario, nonché all'identità e alle qualifiche del professionista. Inoltre, era stata anche ipotizzata l'aggressività della pratica commerciale con cui REI S.r.l.s. avrebbe provveduto a inviare alle microimprese contattate dei solleciti di pagamento di un servizio non richiesto.

10. In data 17 luglio 2015 veniva effettuata l'integrazione soggettiva della comunicazione di avvio del procedimento nei confronti di REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata⁶ e dell'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco⁷.

11. In data 16 luglio 2015⁸ veniva comunicata a ImpresaOK la proroga di 60 giorni del termine di conclusione del procedimento in ragione di sopravvenute esigenze istruttorie.

⁵ Cfr. doc. n.10

⁶ Cfr. doc. n. 24.

⁷ Cfr. doc. n. 23. In data 5 agosto 2015 l'integrazione soggettiva della comunicazione di avvio del procedimento è stata comunicata anche a ImpresaOK (cfr. doc. n. 30).

⁸ Cfr. doc. n. 22.

12. In data 23 febbraio 2015⁹, 19 marzo 2015¹⁰, 23 marzo 2015¹¹, 24 marzo 2015¹², 25 marzo 2015¹³, 27 marzo 2015¹⁴, 25 settembre 2015¹⁵ e 15 ottobre 2015¹⁶ sono stati realizzati dei rilievi d'ufficio sui siti *Internet* www.eccellenzeitaliane.com, www.whois.com, www.mhtw.it, www.webarchive.org e www.expo2015.org, con acquisizione di alcune pagine *web* di tali siti.

13. Ai professionisti veniva concesso l'accesso agli atti del fascicolo istruttorio in data 27 maggio 2015¹⁷ (ImpresaOK) e 4 agosto 2015¹⁸ (REI S.r.l.s. e REILF).

14. ImpresaOK faceva pervenire la propria risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di avvio del procedimento in data 25 giugno 2015¹⁹. In data 28 agosto 2015²⁰ REILF faceva pervenire la propria risposta alla richiesta di informazioni formulata in sede di integrazione soggettiva della comunicazione di avvio del procedimento, mentre REI S.r.l.s. faceva pervenire la propria risposta in data 9 settembre 2015²¹.

15. In data 25 settembre 2015²² è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

16. In data 15 ottobre 2015²³ sia ImpresaOK che REI S.r.l.s. hanno fatto pervenire le proprie memorie difensive.

2) *Le evidenze acquisite*

i) **Le relazioni commerciali tra i professionisti**

17. Dai documenti in atti²⁴ è, innanzitutto, emerso che il proprietario del sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com²⁵ (di seguito anche il "Sito"), nonché ideatore del segno distintivo "REI Eccellenze Italiane TM"²⁶ (di seguito anche il "Marchio"), è una persona fisica che, in forza di un contratto stipulato in data 16 dicembre 2014, ha concesso in uso a ImpresaOK²⁷ sia il Sito che il Marchio.

⁹ Cfr. doc. n. 3.

¹⁰ Cfr. doc. n. 5.

¹¹ Cfr. doc. n. 6.

¹² Cfr. doc. n. 7.

¹³ Cfr. doc. n. 8.

¹⁴ Cfr. doc. n. 9.

¹⁵ Cfr. doc. n. 35.

¹⁶ Cfr. doc. n. 39.

¹⁷ Cfr. doc. n. 16.

¹⁸ Cfr. docc. nn. 28 e 29.

¹⁹ Cfr. doc. n. 20.

²⁰ Cfr. doc. n. 31.

²¹ Cfr. doc. n. 32.

²² Cfr. doc. n. 36.

²³ Cfr. docc. nn. 37 e 38.

²⁴ Cfr. docc. nn. 20, 31 e 32.

²⁵ Dalla risposta di ImpresaOK alla richiesta di informazioni formulata nell'ambito della comunicazione di avvio del procedimento (cfr. doc. n. 20) è emerso che la persona fisica proprietaria del Sito ha provveduto alla registrazione dello stesso in data 31 agosto 2009.

²⁶ In relazione al Marchio è stata depositata domanda di registrazione presso la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Perugia in data 12 settembre 2014 (cfr. doc. n. 20). In data 22 settembre 2015 tale segno distintivo è divenuto un marchio registrato. Cfr. doc. n. 38.

²⁷ ImpresaOK è stata costituita in data 15 dicembre 2014 e iscritta nel Registro delle Imprese in data 18 dicembre 2014 (cfr. doc. n. 20).

18. Nel periodo precedente al 16 dicembre 2014, almeno per quanto riguarda il periodo compreso tra il 13 settembre 2013 e il 29 aprile 2014, il Sito era stato dato in concessione d'uso, dalla persona fisica che ne era titolare, alla ditta ImpresaOK di Tiziano Trovarello²⁸. In tale periodo il concessionario d'uso del Sito lo aveva dato in sub-concessione d'uso a REILF, in forza di apposito contratto di concessione in uso di siti informatici²⁹: tale contratto, in particolare, prevedeva a carico del sub-concessionario solo il pagamento di un canone mensile pari a 1.000 euro; non era invece prevista alcuna compartecipazione agli utili da parte del sub-concedente.

19. REI S.r.l.s. ha iniziato a operare sul Sito in forza di un contratto di concessione in uso di siti informatici, stipulato con la ditta individuale ImpresaOK di Trovarello Tiziano in data 30 aprile 2014³⁰. Dopo la cancellazione dal Registro delle Imprese di tale cedente, in data 16 dicembre 2014 REI S.r.l.s. ha stipulato con ImpresaOK un contratto di concessione in uso di sito informatico e licenza di uso di segno distintivo su Sito e Marchio³¹. In particolare tale contratto, la cui scadenza è prevista per il 31 dicembre 2015³², prevede il pagamento di un canone mensile pari a 1.000 euro da parte di REI S.r.l.s. in favore di ImpresaOK; non è invece prevista alcuna compartecipazione agli utili da parte del sub-concedente.

ii) Il messaggio pubblicitario diffuso da REI S.r.l.s.

20. Dagli elementi acquisiti in seguito alla risposta³³ di REI S.r.l.s. alla richiesta di informazioni contenuta nella comunicazione di estensione soggettiva del procedimento del 17 luglio 2015³⁴, è emerso che il messaggio pubblicitario diffuso da tale professionista mediante l'invio della prima *e-mail*³⁵ si caratterizza, dal punto di vista grafico, per l'utilizzo delle diciture "Eccellenze Italiane, Il Registro delle PMI Made in Italy", "ID Anticontraffazione", "Registro Eccellenze Italiane", "Certificato Eccellenze Italiane", "Azienda certificata Eccellenze Italiane", "Marchio di Qualità Eccellenze Italiane" ed "EXPOMilano2015". Tale messaggio, dal punto di vista contenutistico, presenta innanzitutto l'iniziativa commerciale di REI S.r.l.s. informando le imprese destinatarie del fatto che la certificazione di eccellenza italiana serve a tutelare la propria attività e clientela, in quanto il marchio distintivo che viene rilasciato "qualifica prodotti e servizi e agisce sia a livello locale (vetrofanìa + certificato esposti nella struttura, riportanti anche l'ID Anticontraffazione ad essa dedicato) sia a livello internazionale mediante Eccellenzeitaliane.com, il sito preferito da Google per la ricerca delle eccellenze". REI S.r.l.s. informa poi le imprese destinatarie del fatto che le stesse siano state selezionate sulla scorta di "segnalazioni locali, recensioni, partecipazioni a fiere nazionali/internazionali e indagini di mercato promosse dal Registro Eccellenze Italiane", in quanto potenzialmente in possesso dei requisiti di idoneità per "il rilascio del riconoscimento di Azienda certificata Eccellenze Italiane, con conseguente emissione di un ID Anticontraffazione riservato".

21. Inoltre, il predetto messaggio invita le imprese destinatarie a recarsi nella sezione del Sito denominata "Iscriviti – Schede di certificazione" e a compilare un modulo di certificazione con i

²⁸ Cfr. doc. n. 31.

²⁹ Ibidem.

³⁰ Cfr. doc. n. 32 all. n. 1.

³¹ Cfr. docc. nn. 20, 32 e 32 all. n. 2.

³² Il contratto di concessione d'uso del Sito e del Marchio, stipulato tra REI S.r.l.s. e ImpresaOK, si intende automaticamente rinnovato se non ne viene data disdetta da una delle parti almeno quattro mesi prima della scadenza.

³³ Cfr. doc. n. 32.

³⁴ Cfr. doc. n. 24.

³⁵ Cfr. doc. n. 32 all. n. 4.

propri dati aziendali che verrà poi sottoposto al Comitato di Redazione di REI S.r.l.s. per l'assegnazione del "Certificato Eccellenze Italiane" e, in caso di parere positivo dello stesso, porterà al conferimento della qualifica di "Azienda certificata Eccellenze Italiane". Il messaggio riporta anche un riferimento all'esposizione universale EXPO Milano 2015, affermando testualmente che tra i riconoscimenti riservati alle imprese che ottengono il "Certificato Eccellenze Italiane" vi è anche "Il Certificato attestante che la Sua Azienda è classificata 'Eccellenze Italiane' per tutta la durata di EXPOMilano 2015 e comunque per dodici mesi". Il predetto messaggio, infine, riporta la seguente espressione "la compilazione del modulo NON COMPORTA la Sottoscrizione di alcun contratto o impegno, esprime unicamente una manifestazione d'interesse alla Certificazione. Se i requisiti d'idoneità saranno confermati, avremo premura noi di contattarla quanto prima".

22. Dai rilievi d'ufficio svolti sul Sito, a partire dal 23 febbraio 2015³⁶ e fino al 15 ottobre 2015³⁷, è innanzitutto emerso che REI S.r.l.s. non fornisce alcuna indicazione circa il carattere oneroso della propria attività di certificazione, come si desume anche dal fatto che all'interno di tale Sito non vengono chiarite le condizioni economiche che regolano la fruizione del servizio.

23. Sulla *homepage* del Sito, inoltre, tale professionista non precisa quali requisiti debbano possedere le imprese per ottenere la certificazione "Azienda certificata Eccellenze Italiane" e il cd. "ID Anticontraffazione", limitandosi solo ad asserire che gli ID Anticontraffazione "[...] sono rilasciati dal Comitato di Redazione Eccellenze Italiane dopo opportuna verifica della qualità [...]". A tal proposito, peraltro, va aggiunto che neanche all'interno dei moduli di certificazione contenuti nella sezione "Iscriviti – Schede di certificazione", viene specificato quali siano i criteri di valutazione che verranno presi in considerazione per valutare l'eterogenea gamma di informazioni che le imprese, contattate tramite *e-mail* o autonomamente atterrate sul predetto Sito, sono invitate a inserire.

24. Sempre all'interno della *homepage* del Sito, REI S.r.l.s. riporta contestualmente tutta una serie di indicazioni evocative di certificazioni normativamente disciplinate e/o di attività di interesse pubblicistico, quali "REI Registro Eccellenze Italiane", "ID Anticontraffazione", e i marchi "Made in Italy", "Denominazione di origine protetta", "Indicazione Geografica Protetta" e "Specialità Tradizionale Garantita". Solo all'interno di una ulteriore pagina del Sito, collocata nella sezione "domande e risposte" e a cui è possibile accedere dopo una serie di passaggi, è indicato che non esiste alcun rapporto con le istituzioni³⁸.

25. Infine, nell'impostazione grafica di tale sito assume rilievo grafico centrale e preminente il riferimento alla manifestazione EXPO Milano 2015. A tal proposito infatti è stato rilevato che all'interno di un riquadro dinamico collocato in ciascuna pagina *web* di cui si compone il predetto Sito, REI S.r.l.s. riporta il *claim* "Il meglio del made in Italy sarà a: EXPO Milano 2015", accompagnato dal logo del certificato "Eccellenze Italiane – Recommended Business 2015". REI S.r.l.s., inoltre, relaziona i propri riconoscimenti all'esposizione universale EXPO Milano 2015 anche in altre sezioni del Sito, quale ad esempio la già citata "Iscriviti – Schede di certificazione", all'interno della quale espressamente si afferma che: "il Certificato di qualità, attestante che la Sua Azienda è 'certificata Eccellenze Italiane' per tutta la durata di EXPOMilano 2015 e

³⁶ Cfr. doc. n. 3.

³⁷ Cfr. doc. n. 39. Cfr. anche docc. nn. 5, 6, 7, 8, 9 e 35.

³⁸ Il professionista, infatti, solo all'interno di questa sottosezione afferma che: "[...] Ci chiamiamo Eccellenze Italiane, siamo una società privata, tuteliamo il nome delle Aziende del Belpaese che hanno fiducia in noi e, soprattutto, hanno interesse a farsi conoscere online grazie all'ottimo posizionamento delle nostre pagine [...]".

comunque sino al 31/12/2015”³⁹ e “I media di tutto il mondo hanno già legato il brand ‘Eccellenze Italiane’ all’evento internazionale EXPOMILANO2015”.

26. Dai documenti in atti⁴⁰ risulta altresì che solo nel caso in cui le imprese contattate compilino e spediscono a REI S.r.l.s uno dei moduli contenuti nella sezione del Sito denominata “Iscriviti – Schede di certificazione”, il professionista provvede a contattarle, telefonicamente e con l’invio di una ulteriore e-mail, e a informarle del carattere oneroso del servizio. Infatti, è solo all’interno di tale ulteriore e-mail che si riporta quanto segue: “Il prezzo a lei riservato per l’espletamento della procedura di emissione dell’ID Anticontraffazione, per il rilascio del Certificato + Vetrofania, e per l’attivazione della pagina web aziendale, è di 240,00 euro l’anno i.e.”.

27. Per quel che riguarda, invece, le informazioni sulle caratteristiche del servizio, anche all’interno di tale ulteriore e-mail le stesse sono riportate in maniera del tutto analoga rispetto a quelle contenute nella prima e-mail e all’interno del Sito. Infatti, REI S.r.l.s. fa ricorso a espressioni quali: “Eccellenze Italiane, Il Registro delle PMI Made in Italy”, “ID Anticontraffazione”, “Registro Eccellenze Italiane”, “Certificato Eccellenze Italiane”, “Azienda certificata Eccellenze Italiane”, “Marchio di Qualità Eccellenze Italiane” ed “EXPOMilano2015”. In particolare, il riferimento all’esposizione universale EXPO Milano 2015 viene riportato due volte: all’inizio di questa ulteriore e-mail viene specificato che “L’erogazione della certificazione comporta l’invio al Suo indirizzo dei seguenti riconoscimenti da esporre al pubblico: Il certificato attestante che la Sua azienda è classificata ‘Eccellenze Italiane’ per tutta la durata di ExpoMilano 2015 e comunque per 12 mesi”, mentre nel prosieguo del corpo della predetta e-mail viene utilizzata l’espressione “i media internazionali hanno già associato il brand Eccellenze Italiane all’evento EXPO Milano 2015”⁴¹.

28. Dai documenti in atti risulta che REI S.r.l.s. ha diffuso tale messaggio almeno a partire dal mese di settembre 2014⁴². Inoltre, dai rilievi d’ufficio svolti sul Sito in data 15 ottobre 2015 è emerso che il professionista ha inserito una nuova sezione, denominata “paga ora”, nella quale si riporta sia il prezzo del servizio (292, 80 euro IVA compresa) sia la causale del pagamento (Inserimento annuale in Eccellenzeitaliane.com)⁴³.

iii) Il messaggio pubblicitario diffuso da REILF

29. Dai rilievi d’ufficio svolti in data 15 ottobre 2015 sul sito *Internet* www.webarchive.org⁴⁴, del quale si è servito anche REILF per produrre alcuni documenti nel corso del procedimento⁴⁵, è emerso che a partire dal mese di gennaio 2014 tale professionista ha modificato il proprio sito *Internet* diffondendo un messaggio con modalità analoghe a quelle successivamente utilizzate da REI S.r.l.s. per la diffusione via *web* della propria proposta commerciale. A tal proposito, infatti, si

³⁹ La medesima affermazione è altresì riportata nella pagina web <http://www.eccellenzeitaliane.com/mail-segnalazione-possibilita-inserimento-nel-registro-eccellenze-italiane/>, contenente un facsimile della e-mail di cui il professionista si serve per contattare le imprese italiane. Cfr. doc. n. 1.

⁴⁰ Cfr. doc. n. 32 all. n. 5.

⁴¹ REI S.r.l.s., in particolare, asserisce che “Ai fini della salvaguardia dell’italianità dalla Contraffazione, e per la maggiore tutela dei consumatori e delle PMI” provvederà a creare una pagina web dedicata all’impresa cui la e-mail è indirizzata all’interno del proprio sito *Internet*, che viene presentato come un sito con un’ottima indicizzazione sul motore di ricerca di Google.

⁴² Cfr. doc. n. 1.

⁴³ Cfr. doc. n. 39.

⁴⁴ Cfr. doc. n. 39.

⁴⁵ Cfr. doc. n. 31 all. n. 3.

è rilevato⁴⁶ che in data 15 gennaio 2014 la sezione del Sito denominata “*Richiesta ID Anticontraffazione*” riportava solo le seguenti informazioni “*Gentile Navigatore, può utilizzare questo modulo per autocertificare che la Sua Azienda è in possesso dei requisiti di legge di eccellenza italiana e richiedere l’erogazione di un ID Anticontraffazione che sarà impresso sul certificato e sulla vetrofania che provvederemo a consegnarLe e potrà poi esporre al pubblico [...] La redazione avrà premura di contattarla quanto prima*”. Tali informazioni sono poi succedute da una serie di campi destinati all’inserimento dei dati aziendali e, poco prima del pulsante “*invio informazioni*”, dall’avvertenza “*Deselezionando questa casella dichiara formalmente e legalmente che la Sua Azienda è in possesso dei requisiti previsti dalla legge per potersi considerare ‘eccellenza italiana’ [...]*”⁴⁷. Una configurazione analoga della medesima sezione del sito *Internet* del professionista è stata rilevata con riferimento alla data dell’11 marzo 2014 e del 31 marzo 2014⁴⁸.

30. Dai predetti rilievi d’ufficio, inoltre, è emerso che, nella versione del Sito diffusa online in data 8 febbraio 2014⁴⁹, REILF riportava sulla *homepage* l’immagine del proprio certificato seguita dall’espressione “*Per Expo Milano 2015... io sono su Eccellenze Italiane.com*”. Sempre nell’ambito di tale *homepage* il servizio svolto dal professionista veniva presentato nel seguente modo “*È partita la campagna Anticontraffazione di Eccellenze Italiane. Numerose attività stanno già usufruendo dei vantaggi offerti dall’iniziativa, nata per offrire a chiunque di controllare in tempo reale l’effettiva corrispondenza degli ID Anticontraffazione di Eccellenze Italiane. Questi ID sono rilasciati dal Comitato Etico Eccellenze Italiane dopo opportuna verifica della qualità [...] Puoi utilizzare lo stesso RIA (Registro ID Anticontraffazione) presente nella colonna di destra in questa stessa pagina. Se poi amministri un’azienda che ha i requisiti di qualità italiana necessari puoi richiedere il tuo ID Anticontraffazione” (sottolineature aggiunte). All’interno della *homepage* rilevata l’8 febbraio 2014, infine, venivano riportati graficamente i marchi, “*Denominazione di origine protetta*”, “*Indicazione Geografica Protetta*” e “*Specialità Tradizionale Garantita*”, nonché varie volte l’espressione inerente al marchio “*Made in Italy*”. Tutte queste espressioni e il riferimento alla esposizione universale Expo Milano 2015 erano anche variamente contenute nelle altre pagine del sito del professionista.*

31. Sempre a seguito dei predetti rilievi d’ufficio si è altresì constatato che nella sezione “*Inserisci adesso la tua azienda made in Italy*” –contenente i campi per l’inserimento dei dati aziendali– della versione del Sito diffusa *online* in data 8 novembre 2013⁵⁰, REILF menzionava sì che il

⁴⁶ Ibidem (in particolare cfr. doc. n. 39b, pagg. 60-62).

⁴⁷ REILF, nel corso dell’istruttoria, aveva invece prodotto delle schermate del Sito (anch’esse tratte dai rilievi del sito www.webarchive.org) che facevano riferimento alla versione del sito diffusa telematicamente in data 8 marzo 2013 (cfr. doc. n. 31 all. n. 3). Le predette schermate, in particolare, ineriscono alla sezione denominata “*Inserisci adesso la tua azienda Made in Italy*”, caratterizzata dal fatto che, da un lato, indicava espressamente la natura onerosa della proposta commerciale (“Costo di listino €391,00 I.C. Promozione per i nuovi registranti: €239,00 I.E. per tutto il 2013, da versarsi al ricevimento della fattura”) nella sua versione “*Precedenza Plus*” e, dall’altro, specificava l’esistenza di una possibilità di inserimento gratuito dei dati aziendali all’interno del circuito *Eccellenze Italiane*. Tali indicazioni venivano riportate all’interno di una tabella divisa nelle seguenti tre sezioni: la prima contenente l’elenco dei servizi offerti dal professionista; la seconda, “*Inserimento semplice (gratuito)*”, contenente un asterisco in corrispondenza dei servizi che sarebbero stati erogati aderendo a tale modalità; una terza, “*Precedenza Plus (soggetto a spese)*”, in cui si indicava che l’adesione a tale modalità avrebbe comportato l’erogazione di tutti i servizi elencati nella prima sezione. Cfr. anche doc. n. 31.

⁴⁸ Cfr. doc. n. 39 (in particolare cfr. doc. n. 39b, pagg. 66-72).

⁴⁹ Cfr. doc. n. 39 (in particolare cfr. doc. n. 39b pag. 56).

⁵⁰ Cfr. doc. 39 (in particolare cfr. doc. n. 39b, pagg. 33-36).

servizio fosse “*soggetto a spese*”, ma inseriva anche, all’interno del riquadro dinamico collocato in tale pagina *web*, la raffigurazione grafica originale del logo Expo Milano 2015⁵¹.

32. In nessuna sezione del Sito viene specificato se REILF intrattiene rapporti con istituzioni che svolgono attività di rilievo pubblicitario, né si menziona quale sia la relazione intercorrente con l’organizzazione della esposizione universale Expo Milano 2015. Nella sezione “*contatti*” della versione del Sito diffusa *online* in data 28 marzo 2014⁵², in particolare, venivano solo riportati dei numeri di contatto (telefono, fax ed e-mail), senza specificare l’identità del professionista. Dai rilievi d’ufficio che si riferiscono alla configurazione del Sito in data 28 marzo 2014 è altresì emerso che l’identità di REILF non veniva menzionata in alcuna sezione del Sito⁵³.

33. Dai documenti in atti risulta che REI S.r.l.s. ha diffuso tale messaggio almeno a partire dal mese di novembre 2013 e fino al mese di aprile 2014⁵⁴.

3) Le argomentazioni difensive dei professionisti

i) Le argomentazioni difensive di REILF

34. REILF, nonostante avesse stipulato un contratto di concessione d’uso del Sito fino al 29 aprile 2014, ha dichiarato di aver cessato di operare sul Sito a partire dalla fine del 2013⁵⁵. REILF ha altresì affermato che, a seguito della cessazione del contratto di concessione in uso del Sito con la ditta individuale ImpresaOK di Tiziano Trovarello, non ha costituito nuovi rapporti giuridici con tale impresa, né con ImpresaOk e neanche con REI S.r.l.s.⁵⁶.

35. REILF ha anche dichiarato di non aver mai realizzato alcuna attività di *mailing* per diffondere il proprio messaggio pubblicitario, operando solo ed esclusivamente attraverso il Sito⁵⁷.

36. REILF ha asserito di aver stornato la fattura di pagamento fatta pervenire a una delle imprese segnalanti⁵⁸ in relazione all’abbonamento al proprio servizio di annunci pubblicitari, senza averne sollecitato, per iscritto o telefonicamente, il pagamento.

ii) Le argomentazioni difensive di REI S.r.l.s.

37. REI S.r.l.s., per quel che concerne l’attività di *mailing*, ha chiarito che già nella prima *e-mail* viene indicata la propria ragione sociale e i propri recapiti⁵⁹. Tale professionista, inoltre, asserisce che il messaggio contenuto nella prima *e-mail* non “*vuole far apparire che l’operatore economico sia stato contattato in quanto preselezionato per fargli usufruire di un qualche vantaggio mai richiesto*” e che dalla sua lettura integrale si evincerebbe che lo stesso è rivolto a imprese italiane dato che questo sarebbe il requisito di idoneità per essere iscritti nel Registro Eccellenze⁶⁰.

38. REI S.r.l.s. ha contestato anche il fatto che nel corso della fase istruttoria non si sarebbe tenuto minimamente conto dell’iter di formazione del consenso relativo all’acquisto dei servizi offerti alle

⁵¹ Riguardo alle caratteristiche del marchio registrato Expo Milano 2015 cfr. doc. n. 39 (in particolare cfr. doc. n. 39c).

⁵² Cfr. doc. n. 39 (in particolare cfr. doc. n. 39b pag. 76).

⁵³ Cfr. doc. n. 39. In particolare, si veda, la footnote della versione del sito diffusa online in data 3 ottobre 2013 (doc. 39b pag. 22) e la sezione “Condizioni e termini per l’utilizzo del servizio e privacy policy” della versione del sito diffusa online in data 30 marzo 2014 (doc. 39b pagg. 77-81).

⁵⁴ Cfr. doc. n. 39.

⁵⁵ Cfr. doc. n. 31.

⁵⁶ *Ibidem*.

⁵⁷ *Ibidem*.

⁵⁸ Si tratta, in particolare, dell’impresa la cui segnalazione si riferiva al periodo durante il quale REILF aveva in concessione d’uso il Sito. Cfr. docc. nn. 1 e 31.

⁵⁹ Cfr. docc. nn. 32 all. n. 4 e 37.

⁶⁰ Cfr. doc. n. 37.

imprese destinatarie del messaggio pubblicitario, nonché della natura meramente informativa della prima *e-mail* promozionale⁶¹. Per quel che riguarda la diffusione delle informazioni relative alla natura onerosa del servizio, il professionista ha inoltre espressamente asserito che: “*il carattere oneroso del servizio viene comunicato dopo all’esito positivo della verifica di cui sopra (cioè la verifica di idoneità del Comitato di Redazione di REI dopo l’invio del modulo, n.d.r.), nel momento in cui viene illustrata – senza alcun impegno per l’operatore economico contattato, ripetesi – la proposta commerciale [...]*”⁶².

39. REI S.r.l.s., inoltre, ha asserito di non aver mai preteso il pagamento di un servizio non richiesto⁶³. A tal proposito il predetto professionista ha dichiarato di aver provveduto a inoltrare alle imprese italiane, aderenti alla proposta commerciale, delle richieste di pagamento solo dopo il perfezionamento del contratto e la consegna del materiale (certificato, vetrofania, ID Anticontraffazione e attivazione della pagina *web*), cioè dopo l’accettazione della proposta illustrata attraverso ulteriori contatti telefonici e successive *e-mail*⁶⁴.

40. Il professionista ha anche asserito che le finalità della propria attività, anche con riguardo alla certificazione, sarebbero chiaramente riferibili alla società REI a r.l.s. e che non vi sarebbero riferimenti ad attività con valenza pubblicitaria⁶⁵. In particolare, nella sezione del Sito denominata “*domande e risposte*” si chiarisce che REI S.r.l.s. non ha rapporti con le istituzioni⁶⁶.

41. REI S.r.l.s. ha dichiarato che il riferimento a EXPOMilano 2015 è esclusivamente associato a iniziative che servirebbero a dare maggiore visibilità alle imprese inserite nel Registro Eccellenze Italiane. Sul Sito, infatti, sarebbe stato predisposto un servizio online incentrato su percorsi enogastronomici, di moda e artigianato, che vengono segnalati distribuendo ai visitatori di EXPOMilano 2015 degli specifici *flyers*⁶⁷. Questo sarebbe il motivo per cui sulla vetrofania è riportato “*Per Expo Milano 2015... io sono su Eccellenze Italiane.com*” e per cui il professionista ha dichiarato che il Certificato vale per tutta la durata dell’esposizione universale⁶⁸.

42. REI S.r.l.s. ha anche dichiarato che le informazioni contenute sul Sito non sarebbero ingannevoli, riferendosi ad avvenimenti ed eventi su prodotti tipici italiani o a marchio DOP-DOC-IGP, nonché alla propria attività economica. Inoltre, non sarebbe confusorio utilizzare, già a partire dalla *homepage*, il proprio nome e le diciture dei propri strumenti operativi, come ad esempio il cd. ID Anticontraffazione⁶⁹.

⁶¹ REI S.r.l.s. ha anche asserito che la “attività di mailing costituisce solo la fase iniziale destinata ad esaurirsi con l’eventuale invio del modulo informativo da parte delle aziende potenziali ‘clienti’ laddove queste non passino la verifica del Comitato di Redazione in ordine al requisito ‘made in Italy’ o, ove ritenute idonee, laddove non si formi il consenso all’acquisto dei servizi proposti dalla società [...]” (cfr. doc. n. 32). Inoltre, il predetto professionista ha chiarito che è solo nel caso in cui le imprese contattate, dopo aver spedito e compilato il modulo presente sul Sito, abbiano ottenuto il parere positivo del Comitato di Redazione di REI, che procederebbe a instaurare con le stesse, per via telefonica, un ulteriore contatto commerciale e a inviare una seconda *e-mail* per comunicare l’esito della verifica di idoneità e illustrare gli effettivi termini della proposta commerciale, così come la natura onerosa della stessa. Cfr. docc. nn. 32 e 37.

⁶² Cfr. doc. n. 37. Dai rilievi d’ufficio svolti sul Sito fino al 25 settembre 2015 è emerso che il professionista non indicava il prezzo del proprio servizio in alcuna sezione dello stesso. Cfr. doc. n. 35.

⁶³ *Ibidem*.

⁶⁴ Cfr. doc. n. 32.

⁶⁵ Cfr. doc. n. 37.

⁶⁶ Cfr. doc. n. 32.

⁶⁷ Cfr. doc. n. 32.

⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁹ Cfr. doc. n. 37.

iii) Le argomentazioni difensive di ImpresaOK

43. ImpresaOK eccepisce il proprio difetto di legittimazione passiva, in quanto il Sito e il Marchio, di cui era l'originario concessionario e licenziatario d'uso, sono stati dati in concessione e licenza d'uso a REI S.r.l.s. a partire dal 16 dicembre 2014⁷⁰. ImpresaOK ha asserito di non svolgere alcuna attività commerciale, di certificazione, di *mailing*, di invio di messaggi pubblicitari alle imprese italiane e di non aver mai operato sul mercato mediante il Sito e il Marchio⁷¹.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

44. Poiché il messaggio oggetto del presente provvedimento è stato diffuso a mezzo *Internet*, in data 16 ottobre 2015 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 8, comma 6, del Decreto⁷².

45. Con parere pervenuto in data 16 novembre 2015⁷³, la suddetta Autorità ha ritenuto che il mezzo *Internet*, unitamente all'attività di *mailing*, sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, altresì considerando che, nel caso di specie, le imprese italiane attive in svariati settori merceologici, sollecitate dalla comunicazione commerciale relativa all'inclusione delle stesse in un *database* presente esclusivamente sul sito *Internet*, potrebbero poi effettivamente fruire delle prestazioni del professionista e aderire alla sottoscrizione dell'abbonamento, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione *online*.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

i) Il messaggio pubblicitario diffuso da REI S.r.l.s.

46. REI S.r.l.s., mediante un primo contatto commerciale via *mailing*, nonché attraverso il sito *Internet* www.eccellenzeitaliane.com, ha diffuso, almeno a partire dal settembre 2014⁷⁴, una comunicazione pubblicitaria, tuttora in diffusione, caratterizzata da indicazioni fuorvianti e da rilevanti omissioni informative in merito alla natura e alle caratteristiche del servizio e alle condizioni economiche alle quali lo stesso è fornito. In primo luogo, infatti, REI S.r.l.s. omette di indicare, sin dal primo contatto commerciale, il carattere oneroso del servizio offerto e le condizioni economiche alle quali viene fornito. Il professionista, infatti, invoglia le imprese a contattarlo, sottolineando che: "*la compilazione del modulo NON COMPORTA la Sottoscrizione di alcun contratto o impegno, esprime unicamente una manifestazione d'interesse alla Certificazione. Se i requisiti d'idoneità saranno confermati, avremo premura noi di contattarla quanto prima*". Anche sul Sito, fino alla versione rilevata d'ufficio in data 25 settembre 2015⁷⁵, non veniva riportata alcuna indicazione relativa al prezzo del servizio offerto da REI S.r.l.s..

47. Il professionista, dunque, presentandosi come un ente certificatore, informa le imprese contattate del fondamentale aspetto relativo all'onerosità del servizio solo in un momento

⁷⁰ Cfr. doc. n. 20.

⁷¹ *Ibidem*.

⁷² Cfr. doc. n. 40.

⁷³ Cfr. doc. n. 42.

⁷⁴ Cfr. docc. nn. 1 e 39.

⁷⁵ Cfr. doc. n. 35. Dai rilievi d'ufficio svolti sul Sito in data 15 ottobre 2015, invece, è emerso che il professionista ha inserito una nuova sezione, denominata "paga ora", nella quale si riporta sia il prezzo del servizio (292, 80 euro IVA compresa) sia la causale del pagamento (Inserimento annuale in Eccellenzeitaliane.com). Cfr. doc. n. 39.

successivo al primo aggancio commerciale, cioè dopo che le imprese hanno consultato il Sito, compilato il modulo di certificazione e inviato lo stesso a REI S.r.l.s..

48. L'omissione delle condizioni economiche concorre, nell'ambito del lacunoso e fuorviante quadro informativo creato dalle informazioni pubblicitarie diffuse dal professionista, a far erroneamente ritenere alle imprese agganciate che l'adesione all'iniziativa di cui si tratta investa precipuamente aspetti di tutela dell'italianità, contro i rischi di contraffazione, celando la reale natura di iniziativa commerciale diretta all'iscrizione a pagamento in un database telematico. Non vale a neutralizzare tale aspetto di decettività il fatto che il professionista debba successivamente informare le imprese contattate, mediante contatti telefonici e l'invio di una seconda *e-mail*⁷⁶, del carattere oneroso del proprio servizio, in quanto ciò avviene solo successivamente all'aggancio realizzato in modo decettivo con il primo contatto commerciale. Solo a partire dall'ottobre 2015 il professionista ha inserito una nuova sezione, denominata "*paga ora*", che può favorire la decodifica del messaggio da parte del consumatore nel senso dell'onerosità del servizio, senza tuttavia mutare il contesto complessivamente confusorio circa la natura e le caratteristiche del servizio.

49. Il professionista, con riguardo alla natura, all'oggetto e alle caratteristiche dell'attività svolta, infatti, non chiarisce in cosa consistano le certificazioni rilasciate né quali siano i requisiti che un'impresa dovrebbe possedere per ottenere il "*Certificato Eccellenze Italiane*" e l'assegnazione del cd. "*ID Anticontraffazione*".

50. A tale riguardo REI S.r.l.s. aggancia le imprese italiane mediante l'invio di una *e-mail*, in cui viene comunicato che le imprese contattate sarebbero state selezionate sulla scorta di "*segnalazioni locali, recensioni, partecipazioni a fiere nazionali/internazionali e indagini di mercato promosse dal Registro Eccellenze Italiane*" in quanto potenzialmente in possesso dei requisiti di idoneità per "*il rilascio del riconoscimento di Azienda certificata Eccellenze Italiane, con conseguente emissione di un ID Anticontraffazione riservato*". Ai destinatari di tale *e-mail* viene poi rivolto un invito a recarsi sul Sito e compilare un modulo di certificazione che verrà sottoposto al Comitato di Redazione di REI S.r.l.s. per l'assegnazione del "*Certificato Eccellenze Italiane*" e che, in caso di parere positivo, porterà al conferimento della qualifica di "*Azienda certificata Eccellenze Italiane*", senza riportare le regole tecniche o altri documenti che disciplinino il rilascio dell'attestazione da parte dell'ente certificatore.

51. Il professionista, dunque, veicola ai destinatari di tale messaggio un *set* informativo privo dei contenuti essenziali circa l'attività svolta e meramente suggestivo attraverso l'utilizzo di diciture quali "*Eccellenze Italiane, Il Registro delle PMI Made in Italy*", "*ID Anticontraffazione*", "*Registro Eccellenze Italiane*", "*Certificato Eccellenze Italiane*", "*Azienda certificata Eccellenze Italiane*", "*Marchio di Qualità Eccellenze Italiane*" ed "*EXPOMilano2015*".

52. Le suddette affermazioni pubblicitarie risultano suscettibili di indurre erroneamente a ritenere che l'attività svolta dal professionista abbia un qualche rilievo pubblicitario, apparendo come diretta a controllare la sussistenza e/o permanenza dei requisiti previsti dalla legge per il rilascio di segni distintivi normativamente disciplinati, quali ad esempio il marchio "*Made in Italy*", nonché volta a garantire che le imprese iscritte nel REI Registro Eccellenze Italiane non importino, vendano o impieghino prodotti o servizi coperti da un titolo di proprietà industriale senza l'autorizzazione del titolare, ad esempio mediante lo svolgimento dell'attività di lotta alla contraffazione.

⁷⁶ Solo all'interno della seconda *e-mail* il professionista afferma che: "Il prezzo a lei riservato per l'espletamento della procedura di emissione dell'ID Anticontraffazione, per il rilascio del Certificato + Vetrofania, e per l'attivazione della pagina web aziendale, è di 240,00 euro l'anno i.e.". Cfr. doc. n. 32 all. n. 5.

53. L'opacità informativa ricade anche sul reale oggetto della verifica del Comitato di Redazione di REI S.r.l.s.. In particolare, per quel che concerne le informazioni contenute sul Sito, né sulla *homepage*, né nella sezione contenente i moduli di certificazione, né altresì all'interno degli stessi, vengono precisati i requisiti che debbano possedere le imprese per ottenere la predetta certificazione. A tal proposito REI S.r.l.s. si limita solo ad asserire che gli ID Anticontraffazione "[...] sono rilasciati dal Comitato di Redazione Eccellenze Italiane dopo opportuna verifica della qualità [...]".

54. Risultano altresì fuorvianti e confusorie, nel contesto di opacità innanzi descritto, anche le ulteriori indicazioni riportate nella *homepage* e nelle altre sezioni del Sito quali: "*Made in Italy*", "*Denominazione di origine protetta*", "*Indicazione Geografica Protetta*" e "*Specialità Tradizionale Garantita*", in quanto, essendo solo strumentalmente citate, concorrono a ingenerare nelle imprese italiane l'erroneo convincimento che l'attività svolta dal professionista abbia un qualche rilievo di natura pubblicistica.

55. Risulta inoltre decettivo, nell'ambito della configurazione grafica della prima *e-mail* e del Sito, il continuo riferimento all'esposizione universale *EXPO Milano 2015* in quanto tale indicazione, inserita nel contesto di opacità prodotto dal messaggio pubblicitario nel suo complesso, è suscettibile di indurre le imprese italiane a ritenere che REI S.r.l.s. abbia un qualche ruolo o coinvolgimento ufficiale in tale manifestazione. Peraltro, non risulta idoneo a neutralizzare tale aspetto di decettività il fatto che, nella sezione del Sito denominata "*domande e risposte*", sia specificato che il professionista non ha alcun rapporto con le istituzioni, in quanto a fronte delle informazioni fuorvianti e confuse che vengono fornite sin dal primo contatto commerciale, cioè tramite la prima *e-mail* e la *homepage* del Sito, al contenuto di tale sezione si accede solo eventualmente attraverso una serie di passaggi telematici.

56. In conclusione, quindi, il messaggio pubblicitario di REI S.r.l.s. risulta tuttora in diffusione con modalità ingannevoli, almeno con riguardo alla natura e alle caratteristiche del servizio offerto.

ii) Il messaggio pubblicitario diffuso da REILF

57. Il messaggio pubblicitario contestato a REILF è relativo al sito internet sopra citato in un periodo temporale antecedente a quello diffuso da *REI S.r.l.s.*, ossia dall'8 novembre 2013 al 29 aprile 2014. In tale periodo REILF risultava contrattualmente il sub-concessionario d'uso del sito e dunque giuridicamente responsabile per le informazioni ivi diffuse. Pertanto il contenuto ingannevole delle informazioni riportate sul sito in tale periodo temporale è imputabile a REILF, risultando inconferente quanto dichiarato dal professionista circa la propria presunta cessata operatività sul Sito a partire dalla fine del 2013.

58. In via preliminare, si rappresenta che anche REILF offriva alle imprese italiane un servizio di certificazione volto all'iscrizione in un *database* telematico denominato "*REI Registro Eccellenze Italiane*" e al rilascio di un riconoscimento denominato "*Certificato Eccellenze Italiane*" e all'assegnazione del codice identificativo "*ID Anticontraffazione*". In particolare, all'interno del Sito non veniva chiarito in cosa consistessero le certificazioni rilasciate, né se le stesse avessero carattere privatistico o pubblicistico, né quali fossero i requisiti che una impresa avrebbe dovuto possedere per ottenere il riconoscimento/certificazione "*Azienda certificata Eccellenze Italiane*" e il cd. "*ID Anticontraffazione*". Non venivano neanche riportate le regole tecniche o altri documenti relativi ai requisiti necessari per ottenere il rilascio dell'attestazione da parte dell'ente certificatore.

59. Il carattere decettivo del messaggio pubblicitario diffuso da REILF risiede innanzitutto nel fatto che, nella versione del Sito diffusa in data 8 novembre 2013, tale professionista, ancorché facesse riferimento al carattere oneroso del proprio servizio, utilizzava il logo ufficiale dell'esposizione universale *EXPO Milano 2015*, senza averne alcuna autorizzazione. Ciò, invero,

risultava suscettibile di ingenerare nelle imprese che visualizzavano il Sito l'erroneo convincimento che il professionista fosse in qualche modo collegato a tale evento, accrescendo in maniera ingannevole l'appeal commerciale dell'iniziativa promozionale di REILF.

60. REILF, inoltre, contrariamente a quanto asserito nelle proprie difese⁷⁷, almeno a partire dal 15 gennaio 2014⁷⁸, ha diffuso sul Sito un messaggio pubblicitario in cui la natura, le caratteristiche e il prezzo del servizio offerto venivano presentate in maniera fuorviante e decettiva o venivano del tutto omesse, come ad esempio il prezzo del servizio che risultava invece espressamente indicato nella versione rilevata nel novembre 2013. In particolare, la sezione del Sito contenente i moduli di certificazione –in cui in precedenza il professionista riportava le informazioni inerenti all'esistenza di una modalità di fruizione gratuita del servizio e di una modalità a pagamento– non riportava più l'indicazione del prezzo del servizio, ma conteneva invece l'espressione "*Gentile Navigatore, può utilizzare questo modulo per autocertificare che la Sua Azienda è in possesso dei requisiti di legge di eccellenza italiana e richiedere l'erogazione di un ID Anticontraffazione [...]*". Tali informazioni risultano suscettibili di indurre le imprese italiane a ritenere erroneamente che il professionista svolga un'attività di certificazione di natura pubblicistica, in quanto il rilascio del certificato e di un numero identificativo, apparivano collegati al rispetto di non ben precisati requisiti di legge, nonché allo svolgimento di un'attività di lotta alla contraffazione.

61. Come risulta dai rilievi d'ufficio inerenti alla versione del Sito diffusa *online* in data 8 febbraio 2014, risulta altresì decettivo l'utilizzo già dalla *homepage*, cioè sin dal primo contatto commerciale con i potenziali destinatari del messaggio pubblicitario, l'utilizzo di espressioni quali: "*È partita la campagna Anticontraffazione di Eccellenze Italiane*", "*ID Anticontraffazione*", "*ID sono rilasciati dal Comitato Etico Eccellenze Italiane dopo opportuna verifica della qualità*", "*Se poi amministri un'azienda che ha i requisiti di qualità italiana necessari puoi richiedere il tuo ID Anticontraffazione*" e "*Made in Italy*". Oltre a tali espressioni venivano anche graficamente riportati i marchi "*Denominazione di origine protetta*", "*Indicazione Geografica Protetta*" e "*Specialità Tradizionale Garantita*", nonché dei riferimenti a EXPO Milano 2015. Tali informazioni risultano fuorvianti e decettive in quanto concorrevano a generare un contesto opaco nel quale non veniva specificata in maniera chiara ed esaustiva, fin dal primo contatto commerciale, la reale natura del servizio, né veniva chiarito in cosa consistessero le caratteristiche principali dello stesso.

62. Il professionista, altresì, lasciava intendere che la propria attività avesse un qualche rilievo pubblicistico e fosse relazionata all'evento internazionale EXPO Milano 2015. In particolare, ad amplificare il carattere confusorio circa la natura e il valore delle certificazioni rilasciate contribuiva il riferimento al fatto di poter "*utilizzare questo modulo per autocertificare che la Sua Azienda è in possesso dei requisiti di legge di eccellenza italiana e richiedere l'erogazione di un ID Anticontraffazione che sarà impresso sul certificato e sulla vetrofanìa che provvederemo a consegnarLe e potrà poi esporre al pubblico*".

63. Risulta altresì decettivo il fatto che REILF non riportava all'interno del Sito (né nella cosiddetta "*footnote*", né nella sezione "Contatti", né nelle condizioni contrattuali) le informazioni di contatto relative alla propria identità e alle proprie qualifiche professionali, come risulta dai rilievi d'ufficio relativi alla versione del Sito diffusa *online* in data 28 marzo 2014⁷⁹.

⁷⁷ In particolare i rilievi del sito Internet www.eccellenzeitaliane.com che REILF ha prodotto nel corso dell'istruttoria procedimentale, fanno riferimento a una versione del Sito in diffusione nel periodo precedente a quello ricompreso nell'arco temporale 13 settembre 2013-30 aprile 2014. Cfr. doc. n. 31 all. n. 3.

⁷⁸ Cfr. doc. n. 39b.

⁷⁹ *Ibidem*.

iii) Conclusioni

64. Alla luce di quanto sopra descritto, il messaggio diffuso da REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata integra una violazione ai sensi degli artt. 1 e 3, comma 1, lettera *a)* e *b)* del Decreto, mentre quello diffuso dall'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco integra una violazione ai sensi degli artt. 1 e 3, comma 1, lettera *a)*, *b)* e *c)* del Decreto.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

65. Ai sensi dell'art. 8, comma 9, del Decreto, con il provvedimento che vieta la diffusione della pubblicità, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

66. 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. 8, comma 13, del Decreto: 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.

67. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della natura del messaggio pubblicitario, delle modalità e dell'ampiezza della sua diffusione, avvenuta sull'intero territorio nazionale in quanto il messaggio è stato diffuso anche tramite *Internet* sia da parte di REI S.r.l.s. che da parte di REILF.

68. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che il messaggio pubblicitario di REILF è stato diffuso dal mese di novembre 2013 al mese di aprile 2014⁸⁰, mentre quello di REI S.r.l.s. è stato diffuso almeno dal mese di settembre 2014⁸¹ ed è tuttora in corso con modalità ingannevoli in ordine alla natura e alle caratteristiche del servizio offerto.

69. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata nella misura di 15.000 € (quindicimila euro) e l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile all'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco nella misura di 6.000 € (seimila euro).

70. In considerazione del fatto che REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata ha chiuso l'esercizio commerciale del 2014 con una perdita d'esercizio, si ritiene di determinare l'importo della corrispondente sanzione nella misura di 10.000 € (diecimila euro).

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che il messaggio diffuso da Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata risulta ingannevole ai sensi degli artt. 1 e 3, comma 1, lettere *a)* e *b)*, del Decreto, mentre quello diffuso dall'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco risulta ingannevole ai sensi degli artt. 1 e 3, comma 1, lettere *a)*, *b)* e *c)*, del Decreto, in quanto idonei a indurre in errore i destinatari in relazione alla natura, alle caratteristiche e alle condizioni economiche dell'offerta pubblicizzata da REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata e, per ciò che riguarda il messaggio diffuso dall'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco anche per l'omissione dell'identità del professionista, e pertanto suscettibili di pregiudicarne il comportamento economico ovvero di ledere gli interessi di operatori concorrenti;

⁸⁰ Cfr. doc. n. 39.

⁸¹ Cfr. docc. nn. 1 e 39.

DELIBERA

- a) che il messaggio pubblicitario descritto al punto II del presente provvedimento, diffuso dalla società REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata e dall'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 1 e 3, comma 1, lettere a), b) e c), del Decreto, e ne vieta l'ulteriore diffusione;
- b) di irrogare alla società REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000 €(diecimila euro);
- c) di irrogare al Sig. Lottici Franco, titolare dell'Impresa individuale REI Registro Eccellenze Italiane di Lottici Franco una sanzione amministrativa pecuniaria di 6.000 €(seimila euro);
- d) che la società REI Registro Eccellenze Italiane S.r.l. semplificata comunichi all'Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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.

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. 8, comma 12, del Decreto, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 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

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella
