



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XVII - n. 47

**Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 10 gennaio 2008**

PI6158 - CO.MARK*Provvedimento n. 17749*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 dicembre 2007;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, come modificato da ultimo dai Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

VISTO il Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, di cui al D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. RICHIESTA DI INTERVENTO

Con richiesta di intervento pervenuta in data 6 giugno 2007, la ditta EISE International Business Contacts, in qualità di concorrente, ha segnalato la presunta ingannevolezza di una pluralità di messaggi pubblicitari diffusi da Co.Mark S.r.l. attraverso il dominio *Internet* www.comarksrl.it, rilevati in data 5 aprile 2007, nonché tramite la propria *brochure* aziendale, volti a promuovere l'attività e i servizi di *Export Specialist* prestati, nonché l'affiliazione a *Co.Mark S.r.l. Network* per la “commercializzazione, internazionalizzazione, marketing e prestazioni di servizi in genere alle imprese”.

In particolare, il segnalante evidenzia che quanto affermato dall'operatore pubblicitario non trova corrispondenza nella sua concreta realtà di impresa e nei servizi da esso offerti, in quanto dichiara di offrire, contrariamente al vero, “*Il più completo servizio di export presente sul mercato*” e “*Il più completo servizio di internazionalizzazione per le imprese*”. Ciò sarebbe, secondo il segnalante, incompatibile con la realtà “giovane” della Co.Mark S.r.l., in comparazione con altre società operanti da più tempo nel medesimo settore di mercato.

Inoltre, il segnalante lamenta che nel messaggio pubblicitario si attesta che Co.Mark S.r.l., “società leader nell'assistenza al commercio internazionale di piccole e medie aziende, forte di oltre 50 addetti e professionisti dell'Export [...] con cultura universitaria di alto profilo” eroga “servizi sull'intero territorio nazionale e all'estero [...]” mentre, in realtà, secondo quanto emerge dal certificato Cerved e dal bilancio 2005 allegati alla segnalazione, la società avrebbe solo 2 dipendenti.

Analogamente, non rispondente al vero si configura l'asserita collaborazione di *List-Broker* esteri e di proprie filiali dirette, nonché l'affermazione secondo la quale la società ha stretto collaborazioni e convenzioni con le principali strutture associazionistiche” quali, “*Mondimpresa S.c.p.A., Istituto Nazionale per il commercio Estero (ICE), Union Camere, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, Confartigianato*”.

Nella segnalazione si evidenzia, infine, che l'utilizzo del simbolo “®”, volto a qualificare la valida registrazione di un marchio, presente in più parti del messaggio, verrebbe illegittimamente utilizzato dall'operatore pubblicitario, non essendo ancora completata la relativa procedura di registrazione.

II. MESSAGGI

A) Alcune delle pagine del sito web della società Co.Mark S.r.l., allegate alla segnalazione, presentano, tra l'altro, le seguenti indicazioni:

Home page:

Il più completo servizio all'export presente sul mercato

La nostra professione è il mercato – Comark, giovane e dinamica società specializzata in attività di marketing e internazionalizzazione, (...). Attivi con diverse sedi in Lombardia, eroghiamo i nostri servizi sull'intero territorio nazionale e all'estero, forti di un team di professionisti altamente qualificati ed estremamente motivati.

La nostra forza è il capitale umano - Il nostro staff è composto da esperti in marketing e export specialist con cultura universitaria di alto profilo, (...).

Seguendo il link **"I Servizi"**:

"Uno staff di Export Specialist® al vostro servizio"

Offriamo il più completo servizio per l'internazionalizzazione delle imprese oggi presente sul mercato

La nostra caratteristica è l'elevata operatività: i nostri interventi hanno un approccio "Problem Solving" nei confronti delle tematiche dell'esportazione, e forniamo:

Interrogazione di banche dati

Con oltre 280 milioni di record di aziende a livello mondiale nelle nostre banche dati, e con la collaborazione di List-Broker esteri, siamo in grado di fornire database di nominativi che coprono fino al 90% dei referenti di settore presenti nelle diverse categorie merceologiche dei Paesi target.

Contatti mirati

Identifichiamo per voi interlocutori commerciali selezionati, fino a giungere al primo contatto, siano essi potenziali clienti o fornitori (...).

Consulenza personalizzata

Per chi richiede una completa assistenza nell'acquisizione e nella gestione del cliente o del fornitore estero in tutte le fasi del processo, entriamo in azienda con i nostri "Export Specialist®". Seguiamo per voi la gestione del cliente, l'organizzazione della forza vendita, dei distributori e dei grossisti sia sotto il profilo commerciale che gestionale, (...).

Seguendo il link **"Le azioni"**:

La nostra operatività

I nostri interventi in azienda hanno sempre un approccio estremamente pratico; raccogliamo sul campo le informazioni di mercato senza affidarci ad "asettiche" ricerche tradizionali.

- Scegliamo il mercato migliore per il vostro prodotto/servizio (...);
- Analizziamo la vostra struttura distributiva (...);
- Pianifichiamo e mettiamo in atto la prima strategia creando database per ogni canale di distribuzione grazie al supporto delle nostre banche dati;
- Contattiamo direttamente i potenziali acquirenti dei vostri prodotti (...);

- Affiniamo, (...), la strategia sviluppando trattative direttamente con i potenziali interlocutori commerciali della vostra azienda;
- Gestiamo le code di lavoro anche fuori sede sino a seguirvi nell'organizzazione ed accompagnamento di viaggi all'estero, (...).

Seguendo il link **"Lo staff"**:

La nostra forza è il capitale umano

Il nostro staff è composto da esperti in marketing e "Export Specialist®" con cultura universitaria di alto profilo con significative esperienze maturate come export manager e responsabili vendite in primarie aziende di settore; ma la loro efficienza è data dall'essere parte di un network operativo in costante sviluppo grazie all'applicazione di linee guida dettate da manuali di procedura costantemente implementati e aggiornati.

I nostri Export Specialist®:

Partecipano ad incontri periodici trattando Case History (...);

Consultano il nostro sistema informatizzato accedendo alle richieste d'offerta invase da parte del nostro network;

Partecipano ad una formazione continua sull'evoluzione dei sistemi di pagamento internazionali, sulla contrattualistica, sulla logistica, sulle tecniche di marketing internazionale personale e telefonico; (...).

Seguendo il link **"Network"**:

Il progetto Co.Mark S.r.l. Network® nasce dall'esperienza di Co.Mark S.r.l.®, società leader nell'assistenza al commercio internazionale di piccole e medie aziende, forte di oltre 50 addetti e professionisti dell'Export.

Grazie alle proprie filiali dirette, Co.Mark S.r.l.® ha adottato una formula vincente (...).

L'affiliazione è la naturale conseguenza del percorso evolutivo di Co.Mark S.r.l.®.

Il punto di partenza imprescindibile di Co.Mark S.r.l. Network® è il conseguimento di risultati rilevanti di crescita di fatturato in molte delle aziende clienti (...). Tutto questo è avvenuto con l'intervento di numerosi "Export Specialist®" formati attraverso un metodo consolidato ed in continua evoluzione; attraverso una profonda conoscenza del marketing interno (...), azioni di marketing diretto, professionisti dedicati alla vendita ed attività di P.R. su varie Istituzioni.

Per verificare la distribuzione territoriale degli affiliati segui questo link>> e seleziona la voce "affiliati Co.Mark S.r.l. Network®". (...).

Seguendo il link **"Partner"**:

Efficaci azioni di internazionalizzazione sono possibili anche grazie allo sviluppo di sinergie fra operatori attivi in ambiti complementari

Abbiamo stretto collaborazioni e convenzioni con le principali strutture associazionistiche, con consorzi e istituti di rilevanza nazionale ed internazionale, sia in Italia che all'estero, (...).

Seguono i loghi degli enti con i quali si dichiara di collaborare, e cioè: "Mondimpresa S.c.p.A., Istituto Nazionale per il commercio Estero (ICE), Union Camere, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, Confartigianato".

Continuando nella medesima pagina web può, inoltre, leggersi:

Inoltre dalla decennale esperienza di Co.Mark S.r.l.® è nata SEAG ; branch attiva nel campo della ricerca e selezione di agenti. (...).

Ulteriori nostri referenti di enti ed associazioni di categoria sono elencati in questa area riservata >> il cui accesso, per motivi di privacy, viene consentito in nostra presenza dietro vostra richiesta.

Seguendo il link “**Job**”:

Siamo costantemente alla ricerca di professionisti dell’export, di agenti e di operatori di telemarketing che valutiamo personalmente.

I collaboratori Co.Mark S.r.l.® vengono selezionati tra le migliori risorse umane presenti sul mercato con caratteristiche diverse in relazione alle mansioni ricoperte: dalla formazione universitaria, alla spiccata autonomia operativa proprie degli Export Specialist®, al forte orientamento commerciale e all’abilità nei rapporti interpersonali per gli Agenti, alle doti dialettiche e capacità comunicativa per gli Operatori di telemarketing.

Se siete dinamici e professionali, se agite con rigore e competenza ed avete spiccate capacità innovative, farete parte della nostra squadra.

Gli interessati ad entrare in contatto con la nostra struttura possono inviare il curriculum all’indirizzo E-mail: selezione@comarksr.it o compilare il form sotto riportato: (...)

*Infine, seguendo il link “**Dove siamo**”, sono visibili i luoghi in Italia in cui Co.Mark S.r.l. ha la propria sede, le proprie unità locali, dove sono presenti gli “Export Specialist®” nonché gli affiliati.*

B) Le pagine della brochure aziendale, allegate alla segnalazione, ripropongono, sostanzialmente, quanto riportato sulle pagine Internet sopra descritte. In particolare, vengono riproposti i *claims* “Offriamo uno dei più completi servizi per l’internazionalizzazione delle imprese oggi presenti sul mercato” e “La nostra forza è il capitale umano”.

III. COMUNICAZIONI ALLE PARTI

In data 2 luglio 2007 è stato comunicato al segnalante ed alla società Co.Mark S.r.l., in qualità di operatore pubblicitario, l’avvio del procedimento, precisando che l’eventuale ingannevolezza dei messaggi pubblicitari oggetto della richiesta di intervento sarebbe stata valutata ai sensi degli artt. 19, 20 e 21 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, nella versione vigente prima dell’entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, con riguardo a quanto affermato o lasciato intendere in relazione alle qualifiche dell’operatore pubblicitario e dei propri collaboratori, alla natura, condizioni e caratteristiche dei servizi prestati ed ai risultati con essi conseguibili, nonché alla rilevanza di eventuali omissioni informative riscontrabili nello stesso. Inoltre, è stato comunicato all’operatore pubblicitario che sarebbe stata valutata l’eventuale natura pubblicitaria della pagina Internet alla quale si accede attraverso il *link Job* e, ove accertata la natura pubblicitaria, se ne sarebbe valutata la riconoscibilità ai sensi dell’art. 23, comma 1, del citato Decreto Legislativo n. 206/05.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) Informazioni richieste all'operatore pubblicitario

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, è stato richiesto alla società Co.Mark S.r.l., in qualità di operatore pubblicitario, ai sensi dell'articolo 5, comma 2, lettera a), del D.P.R. n. 284/03, di fornire informazioni e relativa documentazione (anche a diffusione interna) riguardanti: i) natura e caratteristiche dell'attività svolta dalla Co.Mark S.r.l. e indicazioni circa la tipologia dei servizi prestati, precisando l'ubicazione delle unità locali e delle sedi attraverso le quali la società opera e i nominativi, con relative qualifiche, dei responsabili delle stesse; ii) dati di mercato e/o risultati di indagini effettuate atte a fondare il primato vantato dall'azienda nell'erogazione di servizi all'*export* e la *leadership* nell'assistenza al commercio internazionale di piccole e medie imprese; iii) nominativi e curricula dei 50 addetti e professionisti dell'*export* di cui si avvale l'azienda, dei dipendenti in organico e degli altri eventuali collaboratori esterni, allegando la documentazione dalla quale si evincano gli accordi contrattuali con gli stessi e la relativa qualifica di *export specialist*; iv) copia delle convenzioni e accordi in essere tra la società e gli enti, istituti consorzi e strutture associazionistiche citati nel sito nonché delle eventuali ulteriori convenzioni sottoscritte con organismi di rilevanza nazionale ed internazionale; v) elenco delle aziende che si avvalgono o si sono avvalse, nel corso del 2006 e 2007, dei servizi di Co.Mark S.r.l., precisandone sedi, settore di attività, la tipologia di consulenza ad esse prestata ed i più significativi risultati ottenuti; vi) elenco degli affiliati *Co.Mark S.r.l. Network*, copia del contratto che regola l'affiliazione dal quale emerga l'entità dell'importo da corrispondere come *fee* d'ingresso, nonché i proventi dagli stessi ottenuti nel corso del 2006 e 2007; vii) criteri con i quali viene operata la selezione per professionisti dell'*export* di agenti e operatori di *telemarketing* ed il contratto tipo proposto per le diverse posizioni di cui sopra indicando per ognuna i compensi pattuiti; viii) copia degli accordi di collaborazione sottoscritti tra Co.Mark S.r.l. e *List-Broker* esteri; ix) ogni altra informazione utile alla valutazione del caso.

Inoltre, al fine di disporre di elementi utili ad una più puntuale valutazione del messaggio segnalato, è stato richiesto all'operatore pubblicitario di precisare la data dalla quale il sito è presente in internet con la configurazione oggetto della richiesta di intervento e il numero di copie stampate della *brochure* segnalata precisando altresì la data dalla quale la stessa è in diffusione.

b) Sintesi delle prime argomentazioni difensive svolte dall'operatore pubblicitario

Con memoria pervenuta in data 6 agosto 2007, la società Co.Mark S.r.l. ha affermato l'assoluta legittimità nonché conformità al vero dei contestati messaggi rilevando, in merito all'espletamento del servizio "*più completo*" ed al successo del "*metodo Co.Mark S.r.l.*" che, nonostante la non sottaciuta "*giovane età*", la società può vantare effettivamente di espletare il servizio all'*export* più completo e qualificato presente sul mercato. A questo proposito, l'operatore pubblicitario, nell'allegare alla propria memoria un documento di analisi comparativa delle aziende concorrenti operanti nel settore, evidenzia come Co.Mark S.r.l. non si limita a fornire ai propri clienti anagrafiche di soggetti potenzialmente interessati al loro prodotto, ovvero a mettere in contatto le due parti telefonicamente, telematicamente o a mezzo posta, bensì, oltre a questo e all'attività tradizionale di reperimento di potenziali clienti e individuazione di banche dati, assegna direttamente presso la sede dell'azienda interessata un professionista, dalla stessa incaricato per

l'espletamento del servizio (cd. servizio di "*consulenza personalizzata*"). Inoltre, Co.Mark S.r.l. supporta concretamente l'azienda nella trattativa con il potenziale cliente, affiancandola fisicamente, non solo durante colloqui in loco presso la sede, ma anche negli eventuali spostamenti all'estero e si offre, altresì, di gestire e/o supportare il rapporto con il cliente acquisito anche nella fase successiva alla conclusione della trattativa. Tali attività vengono espletate per il tramite degli "*export specialist*", soggetti qualificati che, al pari di "*tutor*", affiancano e seguono passo passo l'azienda cliente nel conseguimento degli obiettivi prefissi.

L'insieme di tali attività costituisce il carattere distintivo di Co.Mark S.r.l. rispetto alle altre imprese operanti nel settore che, spesso, svolgono solo un'azione di *marketing* diretto interpellando uno per uno i nominativi selezionati sulla base dei dati forniti dall'azienda *abbonata* affinché comunichino per iscritto la loro volontà di entrare in contatto proprio con la ditta per la quale si agisce, in quanto interessati all'acquisto e/o rappresentanza dei suoi specifici beni e/o servizi. La stessa *Eise* descrive in tal modo la propria attività, mentre Co.Mark S.r.l. va oltre quanto offerto dalle altre aziende del settore al punto tale da non potersi nemmeno tecnicamente definire concorrente.

Mettendo a disposizione dell'azienda interessata un proprio collaboratore, esperto di *export marketing*, Co.Mark S.r.l. entra fisicamente nell'azienda cliente, interagendo con la stessa e spostando, in tal modo, il punto d'incontro direttamente presso la realtà del cliente stesso al fine di soddisfarne le effettive esigenze. L'*export specialist* definisce con l'azienda, infatti, l'ambito del proprio intervento ed elabora piani operativi personalizzati. Tale metodologia operativa, che nulla ha a che vedere con il cd. "*marketing diretto*", viene comprovata dalle numerose attestazioni di stima e fiducia pervenute all'azienda dalle quali risultano l'unicità e la peculiarità del servizio fornito da Co.Mark S.r.l. a conferma della completezza del servizio offerto. L'operatore pubblicitario, allega alla memoria tali attestazioni, sottolineando alcune espressioni significative quali, tra le altre,; "... *dichiara di essere pienamente soddisfatto del servizio di consulenza svolto da Co.Mark S.r.l. in quanto prevede, a differenza di altre aziende, la presenza costante dell'export specialist in azienda...*"; "... *riteniamo Co.Mark S.r.l. unica sia per il carattere innovativo del servizio (presenza in azienda e assistenza in occasioni di viaggi all'estero)...*"; "*Riteniamo che Co.Mark S.r.l. sia un'azienda leader sia per il carattere innovativo del servizio che per la completezza dell'assistenza fornita*"; "*Dopo aver provato diverse soluzioni possiamo affermare con certezza che Co.Mark S.r.l. (...), garantisce alle aziende clienti un risultato in termini di incremento di fatturato*"; ecc.

Dalle testimonianze di cui sopra, Co.Mark S.r.l. evince che l'azienda da essa "affidata" ad un proprio *export specialist*, identifica nello stretto rapporto di collaborazione favorito dal contatto diretto con la realtà produttiva quello che taluni clienti arrivano a definire come "*il metodo Co.Mark S.r.l.*", individuando in esso il tratto distintivo della società rispetto alle altre imprese del settore e, conseguentemente, in ordine all'unicità, alla novità ed alla completezza del servizio di *export marketing* offerto, la veridicità del messaggio pubblicitario contestato. La maggiore completezza del servizio per l'internazionalizzazione delle imprese, dipende, pertanto, dal metodo utilizzato dalla Co.Mark S.r.l. e non certo dall'anzianità dell'attività. Chi si rivolge a Co.Mark S.r.l., infatti, chiede una consulenza globale e completa per l'espansione dell'attività su uno o più mercati esteri, ovvero, per avviare o consolidare il processo di internazionalizzazione della propria azienda; mentre chi si rivolge a EISE o ad altri soggetti che svolgono azioni di "*marketing diretto*", chiede di ricevere un elenco di nominativi interessati allo scambio di beni e /o servizi.

Co.Mark S.r.l. evidenzia, inoltre, l'incremento del proprio volume d'affari realizzatosi nel periodo 2003 – 2006, nonché la costante crescita della propria struttura e della ramificazione sul territorio. L'operatore pubblicitario sottolinea, poi, come il proprio "capitale umano", costituito sia da operatori di *back office*, sia da *agenti* che ne promuovono il servizio, sia dai veri e propri "*export specialist*" destinati ad essere inviati alle aziende, rappresenti il suo punto di forza. Gli *export specialist*, in particolare, sono professionisti, inquadrati come *co.co.pro.* ovvero con contratto d'opera professionale, ai quali viene affidato l'incarico specifico di conseguire il progetto di ricercare, selezionare e contattare possibili clienti e/o intermediari commerciali e di creare e gestire le Reti Commerciali delle aziende di volta in volta affidate. Complessivamente, come risulta dal libro matricola e dalla distinta relativa al versamento dei contributi alla Fondazione Enasarco (primo trimestre 2007), allegati alla memoria, il numero di addetti operanti al mese marzo 2007 superava i 50, tra iscritti nel libro matricola (come dipendenti e *co.co.pro.*), incaricati con contratto d'opera professionale e agenti di commercio. Ad essi va aggiunto il primo centro affiliato, aperto in Firenze. Ulteriore conferma della consistenza del proprio personale si ricava dai costi di produzione per salari e stipendi risultanti dai bilanci relativi agli anni 2005 e 2006. Ingenti appaiono altresì gli investimenti nei "costi della produzione", dove, per garantire l'alta qualità dei servizi espletati (acquisto di banche dati, ricerche ecc.), Co.Mark S.r.l. ha impiegato importi significativi.

Co.Mark S.r.l. sostiene, quindi, di essere "adeguatamente attrezzata per favorire il processo di internazionalizzazione delle imprese".

In merito ai requisiti professionali degli *export specialist*, Co.Mark S.r.l. produce alcune decine di *curriculum* di propri collaboratori, evidenziando che possono vantare cultura di livello universitario, conoscenza delle lingue e referenze specifiche nell'ambito del *marketing* e dell'*export*. Inoltre, all'ingresso nell'organico, agli stessi viene somministrata un'ulteriore formazione, al fine di rendere fruibile agli stessi lo specifico *know how* di Co.Mark S.r.l..

Avuto riguardo all'esclusività del servizio offerto, dal momento che l'*export specialist* di Co.Mark S.r.l. va oltre il significato di semplice "esperto dell'estero" rappresentando, invece, il "*metodo Co.Mark*" nell'espletamento del servizio, le cui caratteristiche lo rendono esclusivo ed innovativo, l'operatore pubblicitario ha provveduto alla richiesta di registrazione dei marchi *Export Specialist*, *Co.Mark S.r.l.* e *Co.Mark S.r.l. Network* tra il novembre e il dicembre 2006. Riguardo la validità o meno dello stesso, Co.Mark S.r.l. ritiene pacifico che possano costituire oggetto di valido marchio anche parole di uso comune relative al genere di prodotto cui esso si riferisce (*Cass. civ., sez. I 12-05-1975, n. 1839*). Il simbolo ®, così come il simbolo [™], di importazione americana, non è riconosciuto nel nostro ordinamento (la nostra legge parla solo di "Marchio depositato" e "Marchio registrato"). L'utilizzo degli stessi, pertanto, va valutato unicamente nei termini di ingannevolezza del pubblico riguardo il carattere di esclusività che essi evocano del nome accanto al quale sono posti. Tale ingannevolezza non sussiste in ordine al nome "*Export Specialist*". Quanto all'utilizzo del simbolo ® accanto al nome "Co.Mark S.r.l.", appare evidente che esso non sia idoneo ad ingenerare errore alcuno nella clientela circa l'esclusività del nome stesso, posto che già di per sé la denominazione sociale dell'impresa costituisce segno distintivo protetto ai sensi dell'art. 2598 c.c.. La stessa considerazione vale per gli altri segni "distintivi" dell'azienda che, in quanto tali, sono già percepiti dagli utenti come "esclusivi" ed appartenenti all'impresa che li utilizza.

In merito alle collaborazioni e convenzioni con enti associativi, Co.Mark S.r.l. allega documentazione volta ad attestare la collaborazione con alcuni degli enti indicati alla pagina *web* del proprio sito, raggiungibile dal link "**Partner**", ulteriormente integrata con le successive memorie.

Co.Mark S.r.l. precisa, infine, che le pagine *web* di cui si tratta sono state pubblicate in rete solo nel marzo 2007.

In data 28 settembre 2007, l'operatore pubblicitario ha trasmesso una nuova memoria con la quale, tra l'altro, ha precisato che il *form* presente sul link "*Job*" è destinato unicamente alla raccolta di candidature ed alla successiva selezione di esse e produce, al riguardo, copia delle informazioni ricevute da parte di un candidato, mediante compilazione e invio del *form*, poi effettivamente incaricato in azienda, come risulta dalla presenza del suo nominativo sulla copia del libro matricola prodotto.

In relazione ai *List-Broker* esteri, Co.Mark S.r.l. ha affermato trattarsi di soggetti tramite i quali è in grado di acquisire banche dati relative a mercati internazionali di interesse. All'uopo, produce documentazione attestante l'acquisto di tali banche dati da soggetti esteri o comunque per il mercato estero.

L'operatore pubblicitario ha trasmesso, inoltre, bozza del contratto di *franchising* che regola i rapporti tra Co.Mark S.r.l. ed i propri affiliati.

c) Fase conclusiva del procedimento e sintesi delle memorie conclusive delle parti

In data 15 ottobre 2007 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284.

Con memoria conclusiva pervenuta in data 25 ottobre 2007, il segnalante *Eise*, in riferimento ai contenuti delle memorie e della documentazione prodotta da Co.Mark S.r.l., delle quali ha preso visione in corso di procedimento, ha confermato gli assunti circa l'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari diffusi dal concorrente attraverso la propria *brochure* aziendale e attraverso il proprio sito *Internet* *www.comarksrl.it*, sotto tutti i profili denunciati, riferibili: i) alle qualifiche dell'operatore pubblicitario; ii) alle caratteristiche dei servizi offerti; iii) alle condizioni alle quali i servizi vengono forniti. *Eise* ritiene che la documentazione prodotta dal concorrente non sia idonea a dare prova della verità delle affermazioni contenute nei propri messaggi pubblicitari. Secondo *Eise* mancano, in termini assoluti, le produzioni richieste dall'Autorità relativamente: 1) ai dati di mercato e/o risultati di indagini atte a fondare il primato dell'azienda nell'erogazione di servizi all'*export* e la *leadership* nell'assistenza al commercio internazionale di piccole e medie imprese; 2) agli accordi contrattuali con gli addetti e professionisti dell'*export* di cui si avvale l'azienda, dei dipendenti in organico e degli eventuali collaboratori esterni; 3) alla documentazione in merito al proprio esclusivo *know how* aziendale impartito ai propri addetti (segnatamente, agli "*Export Specialist*"); 4) alla copia delle convenzioni e accordi in essere con *Mondo Impresa*, *Ice* e *Confartigianato*; 5) all'elenco delle aziende che si avvalgono o si sono avvalse nel corso del 2006 e 2007 dei servizi di Co.Mark S.r.l.

Quanto al merito delle difese avversarie, la segnalante contesta ancora l'affermazione, da parte di Co.Mark S.r.l., di essere titolare del servizio di *export* più completo e di successo reperibile sul mercato, in quanto non possono certamente valere a comprovarla le affermazioni di propri clienti, né le analisi di mercato di cui dispone Co.Mark S.r.l., in quanto basate su dati non aggiornati e non utili a giustificare tale affermazione. Appare, altresì, pretestuoso, affermare che tra la segnalante e

Co.Mark S.r.l. non sussiste un rapporto di concorrenza, atteso che a questo fine, rileva che entrambe le imprese abbiano una clientela anche solo potenzialmente comune, realizzando in generale "attività di marketing e la prestazione di servizi in genere alle imprese".

Relativamente all'affermazione dell'operatore pubblicitario circa l'esclusività dei propri servizi per il fatto di mettere a disposizione di ciascuna azienda interessata un *export Specialist*, dalla stessa incaricato di operare direttamente presso la sede della stessa, *Eise* sostiene che dette modalità di realizzazione di servizi di *export* non sono prerogativa esclusiva di Co.Mark S.r.l., essendo presenti sul mercato altre realtà imprenditoriali ed Enti pubblici, Istituzioni e Associazioni (tra i quali, ad es. ICE) che li effettuano e producendo, all'uopo, documentazione in tal senso. In ragione di quanto precede, non si comprendono i motivi per i quali l'attività di prestazione di servizi di marketing da parte di Co.Mark S.r.l. sia la "più completa" reperibile sul mercato. Inoltre, anche sotto il profilo della novità ed unicità del servizio offerto da Co.Mark S.r.l., non rilevano le dichiarazioni dei propri clienti per gli stessi motivi per i quali le medesime non erano rilevanti ai fini della dimostrazione della sua completezza.

A parere del segnalante, rileva, piuttosto, l'uso decettivo ed ingannevole del simbolo "®", da parte di Co.Mark S.r.l., apposto accanto al termine "*Export Specialist*" in funzione di indurre gli utenti a credere che le prestazioni dei predetti e il loro "metodo" di azione rappresenti suo patrimonio esclusivo. La pretesa esclusività del proprio servizio, infatti, non può certo essere pubblicizzata mediante l'uso di tale simbolo, utilizzato per un (preteso) marchio non ancora registrato ed apposto con riferimento ad una denominazione generica di una categoria professionale, il cui uso, come tale, non può costituire prerogativa esclusiva di Co.Mark S.r.l. ma, al contrario, rappresenta patrimonio di tutti gli operatori del settore.

In ordine al capitale umano impiegato da Co.Mark S.r.l. ed alla sua consistenza organizzativa ed economica, richiamandosi a quanto affermato dall'operatore pubblicitario, *Eise* sostiene che gli "*export specialist*", inquadrati come *co.co.pro.*, ovvero con contratto d'opera professionale non costituente rapporto di lavoro subordinato, si configurino come personale avventizio che non matura esperienza all'interno della azienda in quanto il rapporto con Co.Mark S.r.l. è, per sua natura, destinato ad esaurirsi all'esito dell'attuazione del progetto affidato ovvero al termine dell'incarico professionale di volta in volta conferito.

Il segnalante evidenzia, inoltre, l'insufficiente documentazione prodotta all'Autorità da parte di Co.Mark S.r.l., con particolare riferimento ai requisiti professionali degli *export specialist*. Afferma, in proposito, l'alta specializzazione nel settore delle esportazioni ad essi richiesta e la necessità di frequenza di corsi post-universitari sui processi di internazionalizzazione i quali prevedono attività di formazione in varie discipline giuridiche, tecnico commerciali, finanziarie e fiscali, ecc.. Gli *export specialist*, per operare sul mercato in termini competitivi ed efficienti, devono anche possedere una buona conoscenza del prodotto che il proprio cliente intende commercializzare, attitudine a gestire una struttura per individuare la clientela sul mercato di interesse, nonché capacità di procacciamento della domanda e di instaurazione e conduzione del rapporto fino alla conclusione della trattativa di affari.

In merito alle collaborazioni e convenzioni con enti associativi, poi, non avendo prodotto Co.Mark S.r.l. alcuna documentazione riferibile alle convenzioni e/o altro tipo di rapporto di collaborazione con *Mondo Impresa*, *ICE* e *Confartigianato*, la pubblicità dalla stessa diffusa deve ritenersi, sotto tale profilo, ingannevole.

Infine, quanto ai " *List-Broker* " esteri, e all'acquisto da questi di consistenti banche dati, dovrebbe valutarsi se i contenuti di detti *database* sono tali da potere individuare, procacciare ed instaurare, condurre e portare a termine concreti rapporti di affari, in modo efficace e celere, come si conviene per servizi di questo tipo.

In data 30 ottobre 2007 è pervenuta la memoria conclusiva di Co.Mark S.r.l. con la quale l'operatore pubblicitario ha ulteriormente integrato la documentazione già prodotta ed ha svolto le seguenti argomentazioni conclusive:

i) In merito all'espletamento del servizio "più completo" ed al successo del proprio metodo, Co.Mark S.r.l. ribadisce quanto già argomentato nella precedenti memorie difensive, sottolineando come la novità della consulenza fornita dall'esponente e la completezza del servizio offerto, non solo emergano dall'analisi comparativa della concorrenza, ma altresì dalle comparazioni attuate dai medesimi clienti, che, per definire l'unicità del servizio fruito, arrivano a parlare di "*metodo Co.Mark*". Osserva, infatti, come alcuni dei clienti che hanno fornito lettere di apprezzamento sul servizio di internazionalizzazione dalla stessa effettuato, abbiano fatto espresso riferimento alle precedenti esperienze con altri operatori di *marketing*, sia per comparare le modalità di espletamento del servizio sia per sottolinearne la completezza in relazione all'offerta di servizi simili proposta dal mercato.

Co.Mark S.r.l. osserva, peraltro, come il servizio di "*consulenza personalizzata*", proposto e descritto nei propri contratti, costituisca più del 95% della propria attività, costituendo, di fatto il proprio *core business*. In ogni caso, anche nello svolgimento del servizio di "contatti mirati". e "ricerca fornitori", Co.Mark S.r.l. incarica un *export specialist* che, svolgendo il proprio compito dalla sede dell'esponente, utilizza il *know how* messo a disposizione dalla stessa per ricercare, selezionare e contattare aziende potenzialmente interessate ad intrattenere rapporti commerciali con l'azienda cliente. Anche in tal caso pertanto, pur non intavolando vere e proprie trattative commerciali (a differenza di quanto avviene nell'ambito del servizio di "*consulenza personalizzata*"), l'*export specialist*, dopo aver definito con il cliente l'ambito di operatività, svolge un'attività di primo contatto dei nominativi selezionati, fornendo al cliente, in tal modo, un *database* contenente non solo i nominativi e gli indirizzi delle aziende selezionate, ma altresì i risultati del primo contatto esperito, i referenti con cui detto contatto è avvenuto e l'esito dello stesso.

ii) In ordine al capitale umano impiegato, alla consistenza organizzativa ed economica ed al *know how della società*, Co.Mark S.r.l. ritiene di aver sufficientemente dimostrato che la composizione del proprio organico è assolutamente rispondente alle notizie fornite alla clientela nel proprio messaggio pubblicitario. Essa, infatti, si avvale di collaborazioni finalizzate alla realizzazione del progetto concordato con il singolo cliente, scegliendo all'uopo il collaboratore più idoneo. Il rapporto di collaborazione prescelto è, pertanto, quello che meglio si presta a garantire la qualità del servizio, senza che questo incida sulla stabilità del rapporto stesso.

Co.Mark S.r.l. allega, inoltre, l'elenco dei clienti al 2007, costituito da alcune centinaia di ditte. Nell'elenco suddetto si rinvencono aziende appartenenti a diverse categorie merceologiche.

Alcune fatture estratte a campione sono, poi, volte ad attestare i rapporti in essere con *List broker* esteri e l'acquisto delle numerose banche dati, nelle quali Co.Mark S.r.l. dichiara potersi rinvenire gli oltre 280 milioni di *record* di aziende a livello mondiale, di cui viene data mera notizia sul sito

Internet contestato. Viene, inoltre, prodotto un elenco, sia pure parziale, delle predette banche dati, ulteriormente affinate dall'esperienza della Co.Mark S.r.l. e personalizzate col tempo.

iii) In merito ai requisiti professionali degli export specialist, fermo restando che nessuno meglio della clientela della Co.Mark S.r.l. può certificare la competenza e la professionalità dei collaboratori, specialisti dell'*export*, di cui si avvale la società per l'espletamento del servizio proposto, appare altresì comprovato dai *curricula* allegati che gli *export specialist* possono vantare cultura di livello universitario, nonché ottima conoscenza delle lingue e referenze specifiche nell'ambito del *marketing* e dell'*export*, tali essendo i criteri di selezione adottati dalla Co.Mark S.r.l. che coltiva particolarmente le abilità e le doti, sia tecniche che manageriali, dei propri collaboratori. Sin dall'inizio del rapporto di collaborazione con Co.Mark S.r.l., infatti, agli *export specialist* viene somministrata un'ulteriore formazione, al fine di rendere fruibile agli stessi lo specifico *know how* della società. Tale formazione si concretizza nell'organizzazione, da parte di Co.Mark S.r.l., di corsi specialistici ad *hoc* per i propri *export specialist* (dei quali si producono alcune fatture di costo unitamente alla presentazione degli organizzatori), nel continuo affiancamento e nell'accesso privilegiato ad un'area *intranet*, ove gli stessi possono attingere alle numerose banche dati acquistate da Co.Mark S.r.l., scambiare richieste ed osservazioni con la società stessa e con gli altri *export specialist*, reperire documentazione, modulistica ed altro materiale. Ogni *export specialist*, inoltre, viene dotato, al suo ingresso in Co.Mark S.r.l., di un "manuale delle procedure", di cui si produce l'indice, al quale attingere per avvalersi dell'approccio metodologico sperimentato e consolidato dalla società.

iv) In merito all'esclusività del servizio offerto, l'operatore pubblicitario evidenzia che la figura degli "*export specialist*" di Co.Mark S.r.l., così come la società stessa, vengono effettivamente ad assumere significati di "esclusività" ed "unicità". Pur potendosi reperire sul mercato altre società di consulenza, così come l'ICE medesimo, che fornisca servizi di *marketing* svolti da professionisti dell'*export*, nessun'altra società sul mercato prevede lo svolgimento della consulenza direttamente presso gli uffici dell'azienda cliente, cosa che, come evidenziato dalla medesima clientela di Co.Mark S.r.l., consente all'esponente di erogare il servizio più completo possibile. L'*export specialist* di Co.Mark S.r.l., dunque, va oltre il significato di semplice "*esperto dell'estero*" ma sta a rappresentare il *metodo Co.Mark* nell'espletamento del servizio.

Proprio in considerazione dell'accresciuto carattere distintivo della qualifica dei propri operatori e dell'attività dalla stessa proposta ed offerta, Co.Mark S.r.l. ha provveduto alla richiesta di registrazione dei marchi *export specialist*, *Co.Mark S.r.l.* e *Co.Mark S.r.l. Network* tra il novembre e il dicembre 2006. Ciò che rileva, secondo l'operatore pubblicitario, è l'inequivoco significato in termini di esclusività effettivamente percepito dagli utenti e dalle aziende. Sull'utilizzo del simbolo "®", accanto ai marchi in corso di registrazione, l'operatore pubblicitario ribadisce quanto già rappresentato con la precedente memoria. In ogni caso, è indubbio che i servizi offerti da Co.Mark S.r.l. possiedano carattere di novità ed esclusività e quindi che la peculiarità attribuita al nome corrisponda anche alla peculiarità dei servizi offerti.

v) In merito alle collaborazioni e convenzioni con enti associativi, nel produrre ulteriore documentazione oltre quella già trasmessa all'Autorità, l'operatore pubblicitario rileva che le informazioni contenute sul sito *Internet* sono da riferire sia a collaborazioni che a convenzioni, con ciò intendendo anche il fatto di avvalersi dei servizi offerti da tali Enti.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Poiché i messaggi oggetto del presente provvedimento sono stati diffusi tramite *internet*, in data 6 novembre 2007 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Con parere pervenuto in data 6 dicembre 2007, la suddetta Autorità ha preliminarmente considerato che la pagina internet alla quale si accede attraverso il link *Job*, dedicata all'invio di *curricula* di eventuali candidati, possiede le caratteristiche tipiche della modulistica finalizzata ad acquisire personale e presente in gran parte dei siti *web* aziendali, e, pertanto, non appare avere natura pubblicitaria.

La medesima Autorità, poi, ha ritenuto che la promozione pubblicitaria costituisce una fattispecie di pubblicità ingannevole, ai sensi degli articoli 19, 20 e 21, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei decreti legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, sulla base delle seguenti considerazioni: *i)* l'operatore mira a rappresentare la propria realtà come completa e complessa nell'organizzazione ma anche caratterizzata da esclusività e qualifiche che la rendono unica nel settore di mercato di riferimento; *ii)* non è dimostrata agli atti la natura dei rapporti con il personale e la tipologia di mansioni assegnate; *iii)* la presenza del simbolo che rappresenta la registrazione dei marchi, la particolare enfasi riservata alle collaborazioni con molteplici enti e associazioni operanti nel mercato, la rappresentazione dell'esclusività dell'attività svolta dall'azienda e la vantata qualità dei servizi offerti, anche attraverso personale molto qualificato, lasciano intendere un primato esclusivo dell'operatore che non trova riscontro in atti se non nelle dichiarazioni di apprezzamento della clientela; *iv)* non è dimostrato in atti che i servizi offerti dall'operatore consistenti nella messa a disposizione di *export specialist*, caratterizzante l'unicità dei servizi offerti, non sono disponibili sul mercato e acquisibili presso altri operatori.

Pertanto, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha ritenuto che la fattispecie pubblicitaria, in quanto lascia intendere che l'operatore possieda una struttura qualificata idonea a svolgere attività esclusive anche attraverso la collaborazione con enti e associazioni di categoria e per mezzo di marchi che ne accreditano l'unicità, è in grado di orientare indebitamente le scelte dei consumatori, in considerazione della non corrispondenza della descrizione dell'azienda alla reale situazione del mercato e dell'attività svolta nell'ambito dello stesso, nonché tale da far ritenere che le caratteristiche e la qualità dei servizi offerti rappresenti elemento di distinzione e primato nel mercato di riferimento.

Per tali motivi, i messaggi pubblicitari diffusi dalla società Co.Mark S.r.l. sul sito *Internet* www.comarksrl.it, rilevati in data 5 aprile 2007 e tramite la propria *brochure* aziendale, aventi ad oggetto l'attività e i servizi di *Export Specialist* prestati, nonché l'affiliazione a *Co.Mark S.r.l. Network* per la "commercializzazione, internazionalizzazione, marketing e prestazioni di servizi in genere alle imprese", risultano idonei a indurre in errore le persone alle quali sono rivolti o da essi raggiunte sulle qualifiche dell'operatore pubblicitario, sulla natura, condizioni e caratteristiche dei servizi prestati e sui risultati con essi conseguibili, lasciando intendere, contrariamente al vero, che essi rispondano a livelli di qualità propri di aziende *leader* o con primati esclusivi, e, a causa della loro ingannevolezza, sono suscettibili di pregiudicare il comportamento economico ai sensi dell'art. 21 del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146 dei destinatari, con pericolo di danno anche per i concorrenti, inducendoli a contattare il suddetto operatore in luogo di altri in base a qualità inesistenti.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

In via preliminare, si rileva che la valutazione della fattispecie in esame è effettuata ai sensi del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

I messaggi diffusi da Co.Mark S.r.l. sulle pagine *web* del sito *Internet* www.comarksrl.it, nonché quelli diffusi tramite *brochure* aziendale, promuovono servizi di internazionalizzazione, *marketing* e *telemarketing* rivolti alle imprese. Essi lasciano intendere, in particolare, che la società sia in grado di offrire “il più completo servizio all'export (e di internazionalizzazione delle imprese) presente sul mercato” attraverso la prestazione di “Consulenza personalizzata (...) e completa assistenza nell'acquisizione e nella gestione del cliente o del fornitore estero in tutte le fasi del processo (...) assegnando un proprio “Export Specialist®” direttamente presso la sede delle aziende clienti. L'apposizione di una “R” cerchiata accanto alle denominazioni “*export specialist*”, “*Co.Mark*” e “*Co.Mark Network*”, lascia presumere, poi, che tali denominazioni costituiscano marchi registrati.

Inoltre, gli stessi messaggi vantano la disponibilità di personale altamente qualificato (....), collaborazioni e convenzioni con le principali strutture associazionistiche, (....) di rilevanza nazionale ed internazionale (...) nonché invitano i destinatari interessati, detentori di specifici requisiti, a far parte della struttura societaria inviando, a fini selettivi, un proprio curriculum.

In effetti, le indicazioni su cui risultano incentrati i messaggi devono considerarsi idonee a creare un particolare affidamento presso le aziende, indotte ad aderire all'offerta di Co.Mark S.r.l. in via preferenziale rispetto ad altre imprese del settore, in considerazione delle peculiari caratteristiche dei servizi offerti.

I profili di ingannevolezza oggetto di valutazione riguardano, pertanto, le qualifiche dell'operatore pubblicitario e dei propri collaboratori, la natura, condizioni e caratteristiche dei servizi prestati ed i risultati con essi conseguibili, nonché l'eventuale natura pubblicitaria della pagina *web* alla quale si accede attraverso il *link Job*, presente sul sito *Internet* dell'operatore pubblicitario.

Dalle evidenze disponibili in atti, si rileva, in via preliminare, che Co.Mark S.r.l. appare munita di una struttura ed una organizzazione aziendale che le consentono di competere nel mercato di riferimento in quanto dotata di collaboratori a progetto con cultura universitaria e/o con esperienze professionali sui temi del commercio estero e del *marketing*, di un congruo numero di clienti e banche dati. La società ha registrato, infine, un'apprezzabile crescita economica negli ultimi anni di attività, come risulta dai dati di bilancio relativi agli anni 2005 e 2006.

Tuttavia, da quanto sopra evidenziato non discende *de plano* che Co.Mark S.r.l. sia in grado di espletare il servizio di export marketing più completo presente sul mercato. Nel caso di specie, l'operatore pubblicitario sostiene che il successo del *metodo Co.Mark S.r.l.* e la caratteristica di completezza del proprio servizio, enfatizzata nella comunicazione promozionale, derivino, in particolare, dall'assegnazione di un proprio *export specialist* presso la sede dell'azienda cliente al fine di assisterla in tutte le fasi del processo di ricerca/selezione di clienti e fornitori esteri, prerogativa che non sarebbe in uso presso gli altri operatori del settore, rendendo, di fatto, il proprio servizio più completo rispetto agli operatori concorrenti.

In realtà, dalle risultanze istruttorie è emerso che anche altre aziende ed istituti offrono servizi di assistenza operativa e di sostegno alle imprese su tematiche relative alla promozione del commercio e

degli investimenti, al procacciamento di opportunità d'affari ed alla cooperazione industriale fra imprese italiane ed estere. La circostanza che Co.Mark S.r.l. metta *fisicamente* a disposizione dei propri clienti un *export specialist* non appare sufficiente, di per sé, a rendere esclusivo e/o più completo il prodotto offerto, posto che anche altri soggetti, in particolare l'ICE, offrono una vasta gamma di servizi di internazionalizzazione che vanno dall'analisi dei mercati all'individuazione della controparte, dalla promozione aziendale all'assistenza - anche legale - in tutte le fasi del processo, mettendo a disposizione propri operatori specializzati e prestando servizi personalizzati.

Non appare, altresì, possibile individuare il tratto distintivo della società, rispetto alle altre imprese del settore, sulla base di unilaterali affermazioni elogiative della completezza, esclusività ed unicità del *metodo Co.Mark S.r.l.* rese da aziende clienti della stessa società. In proposito, si rileva che tali affermazioni debbono considerarsi prive di valore obiettivo e/o di terzietà ed imparzialità, caratteristiche che si fondano, piuttosto, su evidenze concrete quali, nella fattispecie, l'assenza sul mercato di offerte di servizi sostanzialmente analoghi a quelli reclamizzati.

Sotto questo profilo, pertanto, la locuzione utilizzata nel messaggio pubblicitario "*Il più completo servizio all'export presente sul mercato*", lascia intendere, contrariamente al vero, che Co.Mark S.r.l. adotti una modalità di espletamento del servizio non altrimenti rinvenibile sul mercato e che, per tale motivo, sia l'unica società a detenere capacità e cognizioni necessarie per svolgere al meglio il servizio di internazionalizzazione delle imprese, inducendo i destinatari a ritenere, erroneamente, che essa sia in grado di offrire un servizio più completo delle altre concorrenti e, di conseguenza, di garantire migliori *performance*.

Avuto riguardo alle collaborazioni e convenzioni con le principali strutture associazionistiche, con consorzi e istituti di rilevanza nazionale ed internazionale, pubblicizzate nel messaggio (Mondimpresa S.c.p.A., Istituto Nazionale per il commercio Estero (ICE), Union Camere, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa e Confartigianato), si rileva che tra la documentazione prodotta agli atti dall'operatore pubblicitario, quella volta ad avvalorare i suddetti rapporti di collaborazione e/o convenzione con ICE (Istituto per il Commercio con l'Estero) non appare idonea allo scopo. Essa si sostanzia, infatti, in una proposta di collaborazione con il citato Istituto, avanzata da Co.Mark S.r.l., senza che da essa derivi alcun seguito, nonché nella produzione di copia di una fattura d'acquisto di pubblicazioni ICE e di una ricerca di mercato relativa ad un prodotto determinato effettuata dallo stesso istituto. Non è accoglibile, in proposito, quanto affermato da Co.Mark S.r.l., nella sua memoria conclusiva, laddove precisa che le informazioni contenute sul sito Internet sono da riferire sia a collaborazioni che a convenzioni, con ciò intendendo anche il fatto di avvalersi dei servizi offerti da tali Enti. Quest'ultima circostanza, di per sé, è evidentemente insufficiente a giustificare alcun rapporto sinergico o di cooperazione tra un soggetto che usufruisce, acquistandoli, dei servizi offerti da un altro soggetto, collocandosi piuttosto, tale attività, nell'ambito dei normali rapporti commerciali potenzialmente appannaggio di qualsiasi operatore del settore, pubblico o privato, che non può certo identificarsi in un "rapporto di collaborazione" intercorrente tra gli stessi soggetti.

Nulla ha prodotto, inoltre, l'operatore pubblicitario relativamente ai vantati rapporti di collaborazione e/o convenzione con *Mondimpresa*, il cui logo, come quello dell'ICE, compare al di sotto del messaggio pubblicitario presente sulla pagina *web* del sito *www.comarksrl.it*, raggiungibile attraverso il link "*Partner*".

Pertanto, anche in relazione a tali aspetti, il messaggio si presenta ingannevole in quanto induce i destinatari a ritenere che Co.Mark S.r.l. abbia stipulato convenzioni o intrattenga rapporti di collaborazione con ICE e Mondimpresa, in realtà inesistenti.

Sull'utilizzo del simbolo ® posto accanto alle denominazioni "*export specialist*", "*Co.Mark*" e "*Co.Mark Network*", senza entrare nel merito circa la pretesa registrazione di un marchio riferito ad una denominazione (*export specialist*) relativa ad una generica figura professionale, in questa sede si rileva come sia notorio che l'utilizzo del segno della "R" cerchiata posto accanto al marchio può avere soltanto la funzione di ricordare al pubblico dei consumatori che il marchio è registrato, ma l'uso di questo simbolo non aggiunge nulla alla tutela del marchio, conferita dalla registrazione. Non è tuttavia consentito l'utilizzo del simbolo accanto ad un marchio non registrato e il marchio depositato non è un marchio registrato, anche se gli effetti della registrazione decorrono dalla data di deposito della domanda. Il marchio è registrato dall'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) quando, a seguito dell'esame della relativa domanda, esso è riconosciuto conforme alle norme vigenti in materia¹.

Come emerso dalle risultanze istruttorie, nel periodo di diffusione dei messaggi contestati, la domanda di registrazione del marchio "*export specialist*" e delle denominazioni "*Co.Mark*" e "*Co.Mark Network*", prima citate, risultavano soltanto depositate e in attesa di essere esaminate dall'autorità competente.

In quest'ottica, la decettività del messaggio deriva proprio dalla circostanza che, attraverso l'apposizione del simbolo ®, fintantoché non sia stata esaminata definitivamente la relativa domanda di registrazione, si lascia erroneamente credere che sulla denominazione che lo accompagna insista una riserva di uso esclusivo, non ancora riconosciuta in via definitiva, proprio derivante dal simbolo che fa notoriamente riferimento alla protezione giuridica di cui è dotato il marchio a seguito dell'avvenuta registrazione.

Pertanto, sulla base delle sopra indicate motivazioni, si ritiene che i messaggi segnalati sono ingannevoli in quanto lasciano intendere ai destinatari, contrariamente al vero, che alle denominazioni indicate, in quanto marchi registrati, siano già state riconosciute caratteristiche di novità e di protezione derivanti dall'avvenuta conclusione dell'esame, successivo al deposito della domanda di registrazione, da parte dell'autorità competente.

In merito, infine, all'eventuale natura pubblicitaria della pagina *Internet* alla quale si accede attraverso il *link Job*, volta alla ricerca di collaboratori da selezionare, si rileva che le offerte di lavoro, per giurisprudenza consolidata dell'Autorità², non sono qualificabili come messaggi pubblicitari a meno che non celino una diversa natura, quale, ad esempio, l'offerta di beni e/o servizi dietro corresponsione di un corrispettivo economico, circostanza della quale, dalle risultanze istruttorie, non si ha evidenza.

Pertanto, sotto questo profilo, la pagina *web* del sito *Internet* www.comarksrl.it, accessibile attraverso il *link Job*, non costituisce oggetto della presente disamina in quanto non rientra nell'ambito di applicazione del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

In conclusione, si ritiene che i messaggi segnalati, sulla base delle considerazioni sopra esposte ed in conformità a quanto rilevato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, risultano idonei

¹ Cfr. AGCM provvedimento n. 15683 del 5 luglio 2006.

ad indurre in errore i consumatori con riferimento alle caratteristiche dei servizi offerti, alle qualifiche ed ai diritti dell'operatore pubblicitario, pregiudicandone il comportamento economico, ai sensi degli articoli 19, 20 e 21, lettere *a)* e *c)*, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

Ai sensi dell'articolo 26, comma 7, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, con la decisione che accoglie il ricorso, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 a 100.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso di specie, infatti, la condotta è stata posta in essere prima del 21 settembre 2007, data di entrata in vigore dei medesimi Decreti Legislativi n. 145/07 e n. 146/07.

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146: 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.

Con riguardo alla gravità della violazione, si è considerata l'ampiezza e la capacità di penetrazione dei messaggi che, in ragione delle modalità di diffusione, specificamente quella attraverso *Internet*, sono suscettibili di aver raggiunto un ampio numero di consumatori. Per quanto riguarda la durata della violazione, si considera che i messaggi veicolati su *Internet* sono stati diffusi per un lungo periodo, almeno a far data dal mese di marzo 2007 e risultano tuttora in diffusione.

Alla luce dei predetti criteri, la sanzione da applicare alla società Co.Mark S.r.l. è determinata in misura pari a 13.100 € (tredicimilacentο euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che i messaggi pubblicitari diffusi sul sito *www.comarksrl.it* nonché sulla *brochure* aziendale, per i profili evidenziati, sono idonei ad indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche dei servizi offerti, alle qualifiche ed ai diritti dell'operatore pubblicitario potendo, per tale motivo, pregiudicarne il comportamento economico, ai sensi dell'art. 21 lettere *a)* e *c)* del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

DELIBERA

a) che i messaggi pubblicitari descritti al paragrafo II del presente provvedimento, diffusi dalla società Co.Mark S.r.l., costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 19, 20 e 21, lettere *a)* e *c)*, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

² Cfr. AGCM n.10345, Boll. 3/02; AGCM n.10235, Boll. 50/01.

b) che, per la violazione di cui al punto a), alla società Co.Mark S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 13.100 € (tredicimilacento euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

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'articolo 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.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, 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.

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

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, 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

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà
