



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XVIII - n. 6

**Pubblicato sul sito *www.agcm.it*
il 20 marzo 2008**

PI5808 - CENTRALE PER IL COMMERCIO PER L'INDUSTRIA E L'ARTIGIANATO
Provvedimento n. 18010

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 febbraio 2008;

SENTITO il relatore, Dottor Antonio Pilati;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei 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, sostituito dal "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa*" adottato con delibera dell'Autorità pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007;

VISTA la propria delibera del 4 aprile 2007, con la quale è stata accolta l'istanza di sospensione provvisoria del messaggio pubblicitario;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. RICHIESTA DI INTERVENTO

Con richiesta di intervento pervenuta in data 12 febbraio 2007, integrata in data 8 marzo 2007, la Camera di Commercio per l'industria, l'artigianato e l'agricoltura di Treviso, in qualità di pubblica amministrazione, ha segnalato, per conto di alcune imprenditori attivi nella Regione Veneta, la presunta ingannevolezza di alcuni moduli, diffusi a mezzo servizio postale, in tedesco, inglese e italiano, nel periodo compreso tra il mese di settembre e quello di dicembre 2006 da parte della società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale fur Industrie und Gewerbe AG (la versione in lingua italiana e tedesca) e della società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry, con sede in Florida (la versione in lingua inglese). I predetti moduli, indirizzati a numerose imprese, contengono l'offerta di registrazione del marchio comunitario.

Nella richiesta di intervento si evidenzia la possibile ingannevolezza dei suindicati moduli prestampati, in quanto l'offerta, così come presentata, sembrerebbe essere finalizzata alla registrazione del marchio comunitario, mentre in realtà sarebbe un'offerta di inserimento di dati del marchio d'impresa, depositato in Italia in un apposito elenco privato delle società, gestito dallo stesso operatore pubblicitario, ossia la società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale fur Industrie und Gewerbe AG e la società americana F.I.P.T.R. Service –Federal Institute For patent & Trademark Registry.

II. MESSAGGI

I messaggi pubblicitari oggetto di segnalazione consistono in alcuni volantini diffusi a mezzo servizio postale, in lingua italiana ed inglese. Nell'instestazione viene indicato che si tratta della "*Centrale per il commercio per l'industria e l'Artigianato. Offerta/ Registro dati per i marchi*

comunitari. Qui: *registrazione del marchio comunitario*". Sotto viene riportata la traduzione tedesca del "Registro". La versione inglese dei due moduli indica nell'intestazione che si tratta del "Register Community Trademarks" e del "Register of International Marks" (nella versione inglese "Offer/Register of Community Designs. Here: Registration of the Community Designs"). Entrambi i volantini riportano le denominazioni della società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG (per il volantino in lingua italiana) e della società americana F.I.P.T.R. Service – Federal Institute For patent & Trademark Registry (per il volantino inglese), quali soggetti che hanno materialmente realizzato i moduli segnalati.

Per quanto concerne il volantino in lingua italiana, sul lato destro dell'intestazione viene riportato che si tratta di "inserimento del testo della vostra società nel nostro elenco privato delle Società, nella misura della pubblicazione della Gazzetta per i marchi comunitari. La nostra offerta consiste nella fornitura di indirizzi, in base alla nostra banca dati, nello svolgimento, come l'organizzazione di mailing per clienti, ma anche nell'esecuzione di ricerche singole.[...] Per completezza indichiamo qui di seguito la riproduzione del marchio, il numero di registrazione, la data di presentazione, la data di pubblicazione ed il numero di elaborazione. [...]". Di seguito è riprodotto il marchio con affianco il numero e la data di registrazione, seguiti dall'indicazione dell'importo richiesto dall'operatore pubblicitario per l'erogazione del servizio pubblicizzato, pari "€ 1423,10". Nella parte retrostante del modulo prestampato, sono riportate le "Condizioni generali relative ai contratti e affari", quali l'art. 1, riguardante la "Base legale", in cui viene indicato che "il marchio comunitario è stato pubblicato nella Gazzetta relativa ai marchi della Comunità, emessa dall'Ente competente per le pubblicazioni ufficiali delle Comunità Europee. Questa pubblicazione è la base per la nostra offerta. Accettando l'offerta vengono memorizzati il Vostro marchio comunitario e/o i dati inerenti all'azienda del proprietario del marchio comunitario". Seguono gli altri articoli delle condizioni generali contrattuali per l'adesione al servizio relativo alla Registrazione del marchio, tra cui "l'art. 3 Informazioni legali", in cui viene riportato che "la pubblicazione nella gazzetta relativa ai marchi comunitari (definizione, dati postali e quelli inerenti all'assegnazione) viene rilevata e memorizzata in modo elettronico. Accettando la nostra offerta [...] avete la possibilità di ricevere gratuitamente, oltre al puro rilevamento dei dati anche tutte le prestazioni [...]. I successivi articoli riportano la tipologia di servizi forniti dall'operatore pubblicitario.

III. COMUNICAZIONI ALLE PARTI

In data 20 marzo 2007, è stato comunicato alla società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry ed alla società Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG, in qualità di operatori pubblicitari, e al segnalante, l'avvio del procedimento ai sensi del Titolo III, Capo II, 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, precisando che l'eventuale ingannevolezza dei messaggi sarebbe stata valutata con riguardo alla natura promozionale ed alla riconoscibilità dei messaggi segnalati, nonché alle caratteristiche, condizioni economiche ed alle modalità di adesione all'offerta contenuta nei predetti messaggi.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, al fine di disporre di elementi utili a una più puntuale valutazione del messaggio segnalato, è stato richiesto alle società F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry, e Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG, di fornire informazioni, e relativa documentazione, riguardanti:

- i rapporti intercorrenti tra le società, volte a chiarire l'effettivo ruolo svolto nella realizzazione e diffusione a mezzo posta dei moduli riguardanti la registrazione del marchio comunitario;
- il numero di adesioni ottenute nel corso dell'anno 2006, unitamente al volume di fatturato realizzato attraverso la sottoscrizione dell'offerta riportata nei moduli;
- chiarimenti riguardanti le modalità di adesione al servizio di registrazione del marchio comunitario oggetto della proposta contenuta nei moduli segnalati, nonché precisazioni sulla natura, caratteristiche e modalità di espletamento di tutti i servizi offerti alla clientela;
- una copia del database gestito dalla società Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG e dalla F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry.

In seguito all'avvio del procedimento istruttorio, le società Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG e F.I.P.T.R. Service-Federated Institute For Patent & Trademark Registry non hanno prodotto alcun elemento probatorio che permettesse di valutare l'eventuale ingannevolezza dei messaggi oggetto del procedimento, pur essendo risultato regolarmente comunicato l'avvio dello stesso nei confronti delle suddette società.

Pertanto, poiché tali elementi erano da ritenersi in possesso delle citate società, è risultato necessario acquisire specifici elementi di valutazione in merito ai volantini che pubblicizzavano il *"Registro dati per i marchi comunitari"*, in questione.

In data 19 dicembre 2007 è stato comunicato alle predette società l'attribuzione dell'onere della prova, ai sensi dell'articolo 15 del "Regolamento sulle procedure istruttorie, in materia di pubblicità ingannevole e comparativa", circa l'esattezza dei dati di fatto connessi ai messaggi pubblicitari descritti e si è richiesto che le stesse fornissero, entro dieci giorni, prove sull'esattezza dei dati di fatto connessi ai messaggi pubblicitari descritti, attraverso l'invio di idonea documentazione volta a dimostrare, in particolare, i seguenti aspetti:

- relativamente alle affermazioni presenti sui moduli di adesione del *"Registro dati per i marchi comunitari"*, la veridicità delle seguenti affermazioni: *"la nostra offerta consiste nell'organizzazione di mailing per i clienti ma anche nell'esecuzione di ricerche singole"...* *"il diritto di ricevere dalle banche dati aziendali su supporto dati, un mailing gratuito"*;
- in relazione al servizio offerto attraverso il *"Registro dati per i marchi comunitari"*, la veridicità dell'affermazione *"la registrazione comprende la denominazione della Società ed i relativi dati postali"*.

La comunicazione di attribuzione dell'onere della prova risulta essere stata regolarmente ricevuta di suddetti operatori pubblicitari, i quali non hanno prodotto alcuna memoria difensiva.

In data 19 dicembre 2007 è stato inoltre comunicato alle parti, ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento, il termine di conclusione della fase istruttoria, fissato il 21 gennaio 2008. Le parti sono state altresì informate della facoltà, attribuita ai sensi del medesimo articolo, di presentare memorie conclusive o documenti entro 10 giorni dalla data di ricevimento di quella comunicazione.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

In via preliminare, giova evidenziare che il marchio comunitario, istituito con il Regolamento CE del Consiglio del 20 dicembre 1994 n. 40/94 e successive modifiche, e con il Regolamento CE della Commissione del 13 dicembre 1995 n. 2868/95, recante modalità di esecuzione del Regolamento CE n. 40/94, consente di ottenere con un'unica domanda un marchio valido su tutto il territorio della Comunità Europea. Il sistema dei marchi comunitari è costituito da un unico iter di registrazione, che conferisce al titolare del marchio comunitario un diritto esclusivo nei 27 Stati membri dell'Unione Europea.

Il procedimento di Registrazione del marchio Comunitario comporta un complesso di attività da parte di specifici organismi istituzionalmente preposti alla Registrazione di un marchio, o di un segno distintivo di una ditta, ai fini del riconoscimento ufficiale all'interno degli Stati aderenti alla Convenzione di Parigi o all'Accordo che istituisce l'organizzazione mondiale del commercio (GATT). Questo sistema di registrazione coesiste con il sistema di registrazione dei marchi nazionali e dei marchi internazionali, secondo il suddetto Accordo di Madrid (GATT).

La domanda di registrazione del Marchio comunitario potrà essere presentata, a scelta del richiedente, presso l'Ufficio di armonizzazione del mercato interno (UNAMI) con sede ad Alicante (Spagna) oppure presso l'Ufficio dei marchi del Benelux ovvero presso l'Ufficio Centrale della proprietà industriale (per l'Italia l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi), che dovrà inoltrare all'UAMI entro due settimane dal deposito.

Sempre in via preliminare si rileva come agli atti del procedimento risultano essere i soggetti autori dei volantini segnalati tanto la società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG, per il modulo in lingua italiana, quanto la società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry, per il modulo in lingua inglese. Pertanto, in virtù della citazione nei messaggi segnalati della denominazione di ciascuna delle predette società, il presente provvedimento è indirizzato ad entrambe le suindicate imprese, in quanto qualificabili operatori pubblicitari, ai sensi dell'art. 20, lettera d) del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del consumo, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

Nel merito, si ritiene che i volantini denunciati, trasmessi per posta, siano idonei ad indurre in errore i destinatari in ragione del fatto che tali moduli contengono elementi di ingannevolezza circa la reale natura dei servizi proposti, per la stessa impostazione grafica degli stessi, visto che sono già prestampati i dati della singola impresa destinataria, la stessa denominazione dell'iniziativa riportata sull'intestazione del modulo (*“Centrale per il commercio per l'industria e l'artigianato”*, nella versione inglese *“Commercial Centre for Industry and Trade”* o *“Register of Community Trademarks”*), accompagnata dalle indicazioni *“Offerta/ Registro dati per i marchi comunitari. Qui: registrazione del marchio comunitario”* (nella versione inglese *“Offer/Register of Community Designs. Here: Registration of the Community Designs”*).

Pertanto, i predetti messaggi possono indurre in errore i destinatari, facendo loro ritenere che si tratti di un versamento obbligatorio per la registrazione ufficiale del proprio marchio di impresa. Infatti, dalla lettura e dagli elementi grafici e testuali riportati nei volantini segnalati è possibile supporre che il servizio offerto dagli operatori pubblicitari riguardi la complessa procedura contemplata alla normativa comunitaria per la registrazione del marchio comunitario.

Soltanto in un riquadro, posto sul lato destro del modulo, sono riportate, peraltro con caratteri grafici di dimensioni più ridotte, le indicazioni relative all'effettiva natura dell'offerta volta al semplice inserimento dei dati dell'impresa destinataria in un elenco gestito dagli operatori pubblicitari a fronte di un elevato corrispettivo economico, pari a "€ 1423,10".

Né valgono a chiarire il tipo di servizi offerti dagli operatori pubblicitari le "*Condizioni generali relative ai contratti e affari*", poiché riportano indicazioni foriere di inganno per i destinatari del volantino, in quanto in diversi punti dell'articolato fanno espresso riferimento alla pubblicazione in Gazzetta del marchio comunitario per ottenere, successivamente il riconoscimento ufficiale degli organismi comunitari.

Richiesto di provare l'esattezza materiale dei dati di fatto contenuti nei messaggi, ai sensi dell'art. 15, del "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita", adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007, con riferimento alla veridicità delle affermazioni connesse alle caratteristiche ed alle modalità di fornitura del servizio di "*Registrazione del marchio comunitario*", reclamizzato nei volantini segnalati, gli operatori non hanno prodotto, entro il termine assegnato, alcuna documentazione probatoria.

Da ciò consegue che le indicazioni riportate nei volantini circa le caratteristiche e le modalità di erogazione del servizio di Registrazione del marchio comunitario devono considerarsi inesatte. Tali inesattezze assumono una rilevanza determinante nella misura in cui inducono i consumatori a rivolgersi agli operatori pubblicitari per usufruire della procedura di registrazione credendo di potersi avvalere di soggetti qualificati a eseguire le procedure previste dalla normativa comunitaria, mentre in realtà si tratta di un mero servizio privato di fornitura di dati informativi gestiti in un data base erogato da soggetti privi di qualsiasi ufficialità, quali la società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale für Industrie und Gewerbe AG e la società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry. Alla luce di quanto emerso nel corso del procedimento, dunque, le affermazioni riportate nei messaggi sono da ritenersi non corrispondenti alla realtà.

Tutti i suindicati elementi descrittivi suffragano la portata decettiva dei messaggi di cui si tratta, circa le caratteristiche e le condizioni economiche dei servizi reclamizzati.

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.

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.

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.

Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell'ampiezza e della capacità di penetrazione dei messaggi: questi sono suscettibili di aver raggiunto un numero di consumatori elevato, tenuto conto che i messaggi sono stati inviati a mezzo servizio postale a livello capillare indirizzati ad un vasto bacino di utenza, in ambito nazionale.

Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, i messaggi risultano essere stati diffusi per un lasso medio di tempo, nel periodo compreso tra il mese di settembre e il mese di dicembre 2006.

Va peraltro considerata nel caso della società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale fur Industrie und Gewerbe AG, l'importanza economica del suddetto operatore, in ragione della dimensione economia dallo stesso raggiunta nel mercato della fornitura dei servizi di registrazione e della raccolta pubblicitaria in appositi annuari, nonché del pregiudizio economico subito dai destinatari dei messaggi in questione, in ragione del notevole esborso economico richiesto a fronte di un servizio reclamizzato privo di qualsiasi ufficialità.

Alla luce di tutti gli elementi sopra illustrati complessivamente considerati, si ritiene, quindi, di irrogare alla società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale fur Industrie und Gewerbe AG, una sanzione pecuniaria amministrativa pari a 31.100 € (trentunomilaecento euro).

Per quanto riguarda la società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry, in considerazione dell'importanza economica della suddetta impresa, rappresentata dalla sua dimensione economica, si ritiene, quindi, di irrogare alla società una sanzione pecuniaria amministrativa pari a 31.100 € (trentunomilaecento euro).

RITENUTO, pertanto, che i messaggi pubblicitari in esame sono idonei a indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche, alle condizioni economiche ed alle modalità di fruizione del servizio di Registrazione del marchio comunitario reclamizzato;

DELIBERA

a) che i messaggi pubblicitari descritti al punto II del presente provvedimento, diffusi dalla società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale fur Industrie und Gewerbe AG, nonché dalla società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry, costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 19, 20, e art. 21, lettere a) e b), 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.

b) che alla società svizzera Wig-Wirtschaftszentrale fur Industrie und Gewerbe AG, sia irrogata una sanzione pecuniaria amministrativa pari a 31.100 € (trentunomilaecento euro).

c) che alla società americana F.I.P.T.R. Service Federated Institute for Patent & Trademark Registry, sia irrogata una sanzione pecuniaria amministrativa pari a 31.100 € (trentunomilaecento 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'articolo 26, comma 10, del Decreto Legislativo n. 206/05, 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 n. 206/05, 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
