



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVI - n. 48

**Publicato sul sito www.agcm.it
9 gennaio 2017**

PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

PB802 - RINNOVO MARCHI ITALIANI

Provvedimento n. 26317

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 dicembre 2016;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

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, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

1. Rinnovo Marchi Italiani S.r.l. (di seguito, anche “RMI”), in qualità di professionista, ai sensi dell’art. 2, lettera c), del Decreto. Tale società offre servizi di consulenza alle imprese. Secondo quanto riportato nel bilancio d’esercizio del 2014 (l’ultimo disponibile nel Registro delle Imprese), la società in tale anno aveva realizzato un fatturato di quasi 76 mila euro.

II. IL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

2. Il procedimento concerne il messaggio pubblicitario inviato da Rinnovo Marchi Italiani S.r.l. (di seguito, anche “RMI”) alle imprese a mezzo posta. Esso è contenuto su un modulo recante l’intestazione “AVVISO” che indica la prossima scadenza di un marchio di cui il soggetto ricevente è titolare.

3. Sempre nell’intestazione è presente il logo, che nella corona circolare contiene in evidenza la ragione sociale RINNOVO MARCHI ITALIANI, senza ulteriori elementi circa l’identità del professionista. Esso è rappresentato nella figura 1.

Figura 1: logo Rinnovo Marchi Italiani.



4. Sul modulo, oltre alla data di scadenza del marchio e all'indicazione del periodo di rinnovo, si legge: *“Il Suo marchio sta per scadere”* e *“La Sua registrazione del marchio è valida per 10 anni e deve essere rinnovata ogni 10 anni. Per ricevere i documenti necessari per il rinnovo del marchio si prega di firmare e rispedire il presente documento”*.

5. La comunicazione contiene poi una serie di riquadri. In quello denominato “MARCHIO”, viene raffigurato il marchio in scadenza, corredato da informazioni dettagliate relative ad esso (data di deposito, numero di registrazione, data di registrazione, titolo, stato domanda, tipo domanda, codice).

6. La sezione intitolata “ORDINE” contiene invece le informazioni relative al servizio proposto dal professionista, scritte con caratteri di dimensione estremamente ridotta. Tra l'altro si legge: *“Si prega di rimandare questo documento munito di firma e/o timbro della società nell'apposito spazio sottostante per ricevere tutta la documentazione per il rinnovo del Suo marchio per un ulteriore periodo di 10 (dieci) anni. Il prezzo del rinnovo del marchio è di 1150 euro. Riceverà una fattura da parte nostra dopo che avremo ricevuto questo documento firmato da Lei.”*

7. Il testo poi prosegue affermando: *“Con questa lettera noi facciamo presente a società e a persone fisiche quando il loro marchio sta per scadere per rinnovarlo per poi fornire tutte le informazioni rilevanti in ordine al rinnovo del marchio per un ulteriore periodo di 10 anni. Questo documento ha la funzione di promemoria prima che venga firmato e fatto l'ordine. La informiamo che questo documento non è una fattura. Se Lei non presenta alcuna domanda di rinnovo entro il periodo di scadenza, l'Ufficio Brevetti Italiano cancellerà la registrazione del Suo marchio e Lei perderà il diritto dell'uso esclusivo del marchio. Se ha qualche domanda con riferimento al rinnovo, La preghiamo di contattare la nostra sezione per il rinnovo via email info@r-mi.it o per telefono 069480369-0 o via fax 069480369-9”*.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

8. In relazione al messaggio sopra descritto, in data 20 settembre 2016 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PB802 per possibile violazione degli artt. 1, 2 e 3 del Decreto.

9. In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza del messaggio in quanto idoneo a indurre in errore le imprese a cui è rivolto circa l'identità del professionista, nonché la natura, le caratteristiche e le condizioni economiche dell'offerta pubblicizzata.

10. Contestualmente alla comunicazione di avvio¹, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione del messaggio è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 8, comma 3, del Decreto 4 e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, di fornire informazioni in merito alla propria struttura societaria ed organizzativa, alle modalità di reperimento delle informazioni relative alle imprese con un marchio in scadenza da contattare, alla propria clientela e ai volumi d'affari generati nel corso del tempo dall'attività.

11. In data 8 novembre 2016, è stato comunicato alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento².

2) *Le evidenze acquisite*

12. Il messaggio pubblicitario contestato al professionista con la comunicazione di avvio del procedimento è stato diffuso a decorrere almeno dal 30 gennaio 2015 al 29 ottobre 2015³. In particolare, dai documenti agli atti, risulta che RMI diffonde il proprio messaggio pubblicitario a mezzo posta ordinaria indirizzandolo a destinatari presenti su tutto il territorio nazionale, come si evince dalla residenza dei diversi segnalanti.

13. Considerando il servizio effettivamente prestato, dalle segnalazioni in atti si evince che esso consiste esclusivamente nell'invio del modulo con l'intestazione "AVVISO" (mai richiesto dalle imprese destinatarie), nonché di una seconda comunicazione in cui si spiega la procedura burocratica da seguire per ottenere il rinnovo e si fornisce il modulo che andrà depositato presso l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio compilato con i dati dell'azienda.

13. Nel corso dell'attività istruttoria si è altresì verificato che la cifra richiesta di 1150 euro non solo non è comprensiva dell'IVA al 22% (che fa raggiungere il valore di 1403 euro alla spesa complessiva), ma non include nemmeno le tasse di concessione governativa previste dalla normativa per ottenere il rinnovo del marchio.

3) *Le argomentazioni difensive della Parte*

14. Il professionista non ha fatto pervenire alcuna memoria difensiva nel corso del procedimento.

¹ Cfr. doc. 6.

² Cfr. doc. 9.

³ Si tratta delle date di invio dei messaggi relative alla prima ed ultima denuncia. Cfr. doc. 1 e doc. 3.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

15. Il messaggio pubblicitario oggetto del presente procedimento si presenta come un modulo inviato per avvisare il soggetto ricevente della prossima scadenza del proprio marchio registrato e della necessità di rinnovarlo.

16. Per la sua veste grafica e contenutistica, esso è suscettibile di ingenerare in chi lo riceve la convinzione che la provenienza sia quella dell'ufficio per legge preposto alla registrazione dei marchi aziendali (l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi). Pertanto, piuttosto che una proposta commerciale esso appare essere una comunicazione istituzionale, ed il corrispettivo monetario richiesto sembrerebbe riferirsi agli oneri previsti per legge per l'ottenimento del rinnovo del proprio marchio.

17. Tale equivoco, in primo luogo, è generato dal logo, che nella corona circolare contiene in evidenza la ragione sociale RINNOVO MARCHI ITALIANI, senza includere ulteriori elementi informativi circa l'identità del professionista, quali la specificazione della tipologia di società. In questo modo chi riceve la comunicazione è indotto a ritenere che esso provenga da un ente o ufficio pubblico.

18. In secondo luogo, l'impressione che si tratti di una comunicazione ufficiale è ulteriormente rafforzata dalla indicazione di una serie di informazioni assai dettagliate sul marchio in scadenza quali la data di deposito, il numero di registrazione, la data di registrazione, il titolo, lo stato della domanda, il tipo di domanda, il codice, nonché di una sua riproduzione grafica.

19. Inoltre, il messaggio pubblicitario risulta gravemente omissivo per quel che concerne le informazioni inerenti alle reali caratteristiche del servizio offerto da RMI. Ordinariamente, infatti, nelle comunicazioni pubblicitarie che intendono effettivamente promuovere la commercializzazione di un prodotto, risulta imprescindibile presentare gli stessi con modalità chiare e allettanti per i potenziali acquirenti. Nella fattispecie, invece, proprio al fine di favorire il sopra descritto effetto confusorio, il professionista presenta in modo del tutto marginale e con caratteri minuscoli e fitti – sostanzialmente illeggibili – la reale natura del servizio offerto.

20. A tale proposito, l'istruttoria ha accertato che il professionista fornisce un servizio che si sostanzia nella mera fornitura di indicazioni relative alle procedure burocratiche previste per il rinnovo dei marchi e nella precompilazione del modulo da depositare presso l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio.

21. Concorre ad aumentare l'effetto decettivo del messaggio la circostanza che l'impresa destinataria verosimilmente è consapevole della prossima scadenza del proprio marchio. Pertanto essa non solo potrebbe giudicare normale la ricezione dell'avviso da parte delle Autorità responsabili della registrazione dei marchi e dei brevetti, ma ritenere che, effettuando il pagamento richiesto, essa abbia completato la procedura di rinnovo, in tal modo rischiando invece di non concluderla per tempo, con la conseguenza di perdere il diritto di privativa sul marchio stesso.

22. In via residuale, va rilevata, infine, anche l'ingannevolezza relativa alle modalità con cui viene comunicato l'impegno di spesa cui il soggetto titolare del marchio in scadenza dovrebbe vincolarsi. L'importo in questione (1150 euro) viene infatti riportato in caratteri di ridotta dimensione grafica e senza indicazione alcuna del fatto che ad esso occorre aggiungere l'IVA e che non sono incluse le tasse di concessione governativa previste dalla normativa per ottenere il rinnovo del marchio.

23. Alla luce di quanto sopra, il messaggio sopra descritto integra una violazione ai sensi degli articoli 1 e 3, comma 1, lettere a), b) e c) del Decreto, in quanto idoneo ad indurre in errore i destinatari in merito alla natura e caratteristiche dei servizi offerti; in ordine all'identità e alle qualifiche del professionista e con riguardo al prezzo al quale i servizi sono forniti.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

24. 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.

25. 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.

26. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della rilevante insidiosità del messaggio in esame, idoneo a indurre in errore i destinatari su elementi fondamentali per le proprie scelte di acquisto, quali l'identità del professionista e la natura e caratteristiche del servizio fornito; degli effetti di tale induzione in errore, con riferimento alla inconsapevole sottoscrizione di un contratto che prevede una non trascurabile entità del pagamento richiesto; delle modalità e dell'ampiezza della diffusione del messaggio –avvenuta su gran parte del territorio nazionale come risulta dai documenti in atti. Va considerato, inoltre, che il messaggio, in virtù delle sue caratteristiche strutturali e testuali, risponde a una precisa strategia comunicazionale del professionista diretta a ingenerare un deliberato effetto confusorio nei destinatari.

27. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pubblicità è stata diffusa almeno dal 30 gennaio 2015 al 29 ottobre 2015.

28. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Rinnovo Marchi Italiani S.r.l. nella misura di 20.000 € (ventimila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che il messaggio in esame risulta ingannevole ai sensi degli artt. 1 e 3, comma 1, lettere a), b) e c), del Decreto, in quanto idoneo a indurre in errore i destinatari in relazione all'identità e alle qualifiche di Rinnovo Marchi Italiani S.r.l., nonché alla natura e alle condizioni economiche dell'offerta pubblicizzata da tale professionista, e pertanto suscettibile di pregiudicare il comportamento economico ovvero di ledere gli interessi di operatori concorrenti;

DELIBERA

a) che il messaggio pubblicitario descritto al punto II del presente provvedimento, diffuso dalla società Rinnovo Marchi Italiani S.r.l., 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 Rinnovo Marchi Italiani S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 20.000 € (ventimila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata 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 della documentazione 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
