

N. 08838/2013 REG.PROV.COLL.
N. 09136/2012 REG.RIC.



R E P U B B L I C A I T A L I A N A

IN NOME DEL POPOLO ITALIANO

Il Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio

(Sezione Prima)

ha pronunciato la presente

SENTENZA

Nel giudizio introdotto con il ricorso 9136/12, proposto da Federico Motta Editore S.p.A., in persona del legale rappresentante *pro tempore*, assistita e difesa dagli avv.ti Rubini Tarizzo, e Piana, con domicilio eletto presso lo studio della seconda in Roma, via Tacito 90;

contro

l'Autorità garante della concorrenza e del mercato - Antitrust, in persona del legale rappresentante *pro tempore*, rappresentata e difesa dall'Avvocatura generale dello Stato, domiciliataria per legge;

l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, A.G.COM., in persona del legale rappresentante *pro tempore*, non costituita in giudizio;

nei confronti di

Associazione difesa consumatori e ambiente – Adiconsum, in persona del legale rappresentante *pro tempore*, non costituita in giudizio;

per l'annullamento

del provvedimento assunto dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato in data 8 agosto 2012, all'esito del procedimento n. PS7557, notificato in data 29 agosto 2012 con nota prot. n. 0052081, con il quale la soc. Federico Motta Editore S.p.A. è stata sanzionata per asserite pratiche commerciali scorrette;

nonché per l'annullamento di ogni altro atto ad essa preordinato, presupposto, connesso e conseguente e, in particolare, del parere reso dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni con delibera n. 375/12/CONS in data 2 agosto 2012.

Visti il ricorso e i relativi allegati;

Visto l'atto di costituzione in giudizio dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato - Antitrust;

Viste le memorie difensive;

Visti tutti gli atti della causa;

Relatore nell'udienza pubblica del giorno 19 giugno 2013 il cons. avv. A. Gabbricci e uditi per le parti i difensori come specificato nel verbale;

Ritenuto e considerato in fatto e diritto quanto segue.

FATTO e DIRITTO

1.1. Federico Motta Editore S.p.A. produce e vende direttamente ai consumatori, con la propria struttura, libri e strumenti multimediali.

Il provvedimento 8 agosto 2012 dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato - Antitrust, sanziona due presunte pratiche commerciali scorrette che essa, quale professionista (art. 18, lett. b), del d. lgs. 6 settembre 2005, n. 206 - codice del consumo),

avrebbe attuato, a partire almeno dal 2010, nella promozione e vendita:

A) di opere editoriali cartacee ovvero tecnologiche, destinate a clienti contattati direttamente, per telefono o mediante visite a domicilio, da agenti della Motta.

B) di materiale multimediale destinato a famiglie con bambini frequentanti la scuola dell'obbligo.

1.2. Il dispositivo del provvedimento irroga alla società Federico Motta Editore S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di € 100.00 per la prima pratica, e di € 40.000 per la seconda; inoltre, dispone che il professionista pubblichi, a sua cura e spese, un estratto della delibera, ai sensi dell'art. 27, VIII comma, del codice del consumo, secondo le modalità di seguito illustrate.

1.3. Il provvedimento è stato impugnato con il ricorso in esame, che ha separatamente esaminato le due sanzioni, ed egualmente farà questo giudice.

2.1.1. Per quanto riguarda la prima infrazione, sarebbero stati violati gli artt. 20, III comma; 21, I comma, lett. b), c) e d); 22, commi I, II e IV, lett. e); 23, lett. d), g) e t); 24, 25 e 26, lettere b), c), f) e h), del codice del consumo.

2.1.2. Motta – ovvero i suoi agenti, che essa non avrebbe ben scelto ovvero sui quali non avrebbe adeguatamente vigilato – avrebbe scorrettamente promosso a domicilio opere editoriali, attraverso modalità ingannevoli e indebito condizionamento, comportamento che sarebbe stato adottato anche nell'esecuzione del rapporto contrattuale, e nei confronti di consumatori particolarmente vulnerabili.

2.1.3. Più in dettaglio, essa avrebbe fornito informazioni non veritiere circa:

- il valore economico dell'opera editoriale promossa,
- la portata degli impegni proposti ai potenziali clienti (ad esempio, quello di riacquistare l'intera enciclopedia anche per conto terzi),
- i diritti conferiti al consumatore dalle cosiddette *MottaCard* e *certificazione di completamento del valore economico patrimoniale*.

Avrebbe altresì esercitato un indebito condizionamento nei confronti dei consumatori contattati, tramite visite a domicilio, spesso non preannunciate, per proporre la vendita delle proprie opere editoriali, anche sulla base di affermazioni volte a far loro assumere una decisione immediata; inoltre, avrebbe frapposto ostacoli all'esercizio del diritto di recesso.

2.2. Per quanto concerne le informazioni non veritiere e l'indebito condizionamento, la ricorrente non nega l'addebito per tale, ma sostiene che si sarebbe trattato di episodi sporadici, imputabili a singoli agenti, e che essa si sarebbe prodigata per far cessare, ben prima che il procedimento fosse avviato.

Invece, quanto all'addebito per cui Motta avrebbe frapposto ostacoli all'esercizio del diritto di recesso da parte dei clienti, lo stesso sarebbe frutto di una valutazione "lacunosa ed arbitraria del materiale probatorio acquisito nel corso dell'istruttoria ed è altresì sorretta da motivazioni inadeguate": a questo si riferisce il primo motivo di ricorso, rubricato nell' eccesso di potere per erronea valutazione dei fatti e delle risultanze istruttorie e per insufficiente motivazione.

2.3.1. Espone la ricorrente che, nell'individuare tali ostacoli, l'Autorità avrebbe posto in evidenza il contenuto di comunicazioni

scambiate tra Motta e alcuni clienti, o tra Motta e i propri agenti, dalle quali emergerebbe, tra l'altro che l'esponente società:

- avrebbe adottato comportamenti “volti ad ostacolare la decisione del cliente di restituire la merce”;
- avrebbe inoltrato, a fronte dei reclami dei clienti, “la risposta standard ... nella quale afferma principalmente che è decorso il termine di 10 giorni dalla sottoscrizione per esercitare il diritto di ripensamento/recesso e che nella copia del contratto stipulata non è indicato alcun impegno formale di rivendita/riacquisto assunto da FME”;
- avrebbe definito alcune pratiche “lasciando al cliente le opere ricevute, trattenendo quanto nel frattempo già da questi corrisposto”;
- avrebbe fornito ai clienti "informazioni volte a salvaguardare il contratto";
- avrebbe proposto di esercitare un intervento rassicurativo sui clienti che si sentono truffati per le false promesse di rivendita.

2.3.2. Orbene, l'argomento principale che la ricorrente oppone a tali rilievi è che, quando i clienti hanno comunicato, nei termini e nelle forme di legge, la propria volontà di recedere, la Motta non ha mai ostacolato tale diritto: ciò risulterebbe dai 361 fascicoli, classificati come “revoche 2011 entro i termini”, relativi ad altrettanti clienti, e messi a disposizione dell'Autorità.

2.3.3. Diverso è il caso delle richieste di recesso e d'annullamento fuori termine, prive di un'adeguata giustificazione riferibile ai contratti stipulati o ai prodotti acquistati, ma, eventualmente, a ragioni personali ovvero economiche.

Il rifiuto di Motta di accoglierle non costituirebbe una condotta censurabile, trattandosi invece della comune e legittima reazione,

quando la controparte contrattuale pretenda di sciogliersi dal vincolo negoziale in assenza dei presupposti di legge.

2.3.4. Vi sono poi alcune richieste, sempre fuori termine, ma accompagnate da contestazioni da parte del cliente: in queste s'imputano a Motta inadempimenti, oppure si formulano doglianze sulle modalità con le quali è stato concluso il contratto, o ancora vengono lamentate condotte scorrette da parte degli agenti.

Talvolta queste sono state respinte, in altri casi accolte integralmente, mentre in alcuni altri casi si è pervenuti a una transazione: ciascuno di questi diversi comportamenti, peraltro, sarebbe pienamente legittimo, in relazione alle peculiarità della fattispecie: diversamente, s'arriverebbe all'inammissibile conclusione che Motta, a fronte delle doglianze dei propri clienti, sarebbe tenuta a considerarle sempre fondate e ad annullare immediatamente i contratti, senza margini di apprezzamento nella propria condotta.

2.4.1. Il ricorso esamina quindi gli svariati casi esposti nella deliberazione impugnata, colma di riferimenti e citazioni agli atti del procedimento, che sarebbero però parziali, e per questo distorti nel loro significato, e negli effetti, come osserva la difesa Motta, la quale perviene così ad affermare che la stessa determinazione avrebbe dovuto essere dichiarata illegittima e conseguentemente annullata, in quanto non avrebbe convenientemente valutato le condotte di Motta qui appena illustrate.

2.4.2. Più in dettaglio, vi sarebbe stata un'erronea valutazione e un travisamento dei dati di fatto e delle risultanze istruttorie, giacché l'Autorità avrebbe:

- “riportato stralci di comunicazioni intercorse fra Motta e alcuni clienti o tra Motta e i propri agenti, estrapolandoli dal contesto nel

quale erano inseriti e facendo loro assumere significati diversi da quelli reali, al fine di attribuire a Motta condotte asseritamente scorrette”;

- “interpretato in chiave negativa il rifiuto di Motta di accettare la restituzione della merce da alcuni clienti, senza considerare che tale rifiuto si è verificato nei casi in cui questi ultimi hanno preteso di rendere la merce pur avendo esercitato il diritto di recesso senza il rispetto dei tempi e delle modalità previste nel contratto e in assenza di motivazioni adeguate”;

- “contestato a Motta l'invio di comunicazioni *standard* ai clienti che hanno inviato reclami, omettendo di precisare che con la gran parte di questi clienti Motta ha concluso accordi transattivi”;

- “accusato Motta di prendere le difese dei suoi agenti, solo perché la società ha dichiarato a un cliente, che si lamentava delle modalità di conclusione di un contratto, di voler fare delle verifiche in merito a quanto dallo stesso denunciato”;

- “accusato Motta di aver ritardato l'annullamento di alcuni contratti, senza considerare che detti ritardi non erano imputabili ad una negligente condotta della società”;

- “ravvisato profili di scorrettezza nelle modalità e nei tempi di effettuazione della c.d. telefonata di verifica, senza invece considerare che tale procedura è stata introdotta da Motta proprio per tutelare i propri clienti”.

3.1. Il secondo motivo di ricorso si ricollega strettamente al primo, e si riferisce alla sanzione irrogata per le condotte di cui al capo A: la sua quantificazione comunque violerebbe l'art. 27, IX comma, del d. lgs. 206/2005 e l'art. 11 della Legge 689/1981, nonché il principio di proporzionalità tra lesione e sanzione inflitta.

Sarebbe in particolare affetta da eccesso di potere per omessa ed erronea valutazione dei fatti e delle risultanze istruttorie e per insufficiente motivazione: e di ciò vengono di seguito indicati gli elementi.

3.2. Invero, come già accennato, l'Autorità ha comminato a Motta una sanzione pecuniaria di € 120.000,00, ridotta a € 100.000,00 tenuto conto delle perdite di bilancio realizzate dalla società nel 2011, ed ha poi affermato, quanto alla gravità della violazione, che nella fattispecie in esame, si sarebbe tenuto conto “della dimensione economica del professionista e della notorietà del marchio nel settore dell'editoria, dell'elevata diffusione della pratica, posta in essere su scala nazionale, e penetrazione della stessa, in quanto realizzata attraverso un metodo di vendita invasivo, quale principalmente la visita a domicilio, anche non preannunciata, e mediante l'indebito condizionamento sia nella promozione del prodotto che nell'esecuzione del contratto, nonché il fatto di aver raggiunto anche un target debole di consumatori. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere almeno dal 2010 ed è ancora in corso”.

3.3.1. Ebbene, oppone anzitutto la ricorrente – e ne porta alcuni esempi concreti - come essa, anziché favorire comportamenti scorretti dei propri agenti, si è attivata per dare alla rete di vendita direttive finalizzate a garantire correttezza e trasparenza nei rapporti con i clienti, adottando anche misure punitive nei confronti di taluni agenti; a seguito delle contestazioni dei clienti, Motta ha inoltre provveduto all'annullamento di alcuni contratti e alla sottoscrizione di accordi transattivi.

3.3.2. Ancora, una delle condotte addebitate dall'AGCM alla ricorrente – e cioè aver frapposto ostacoli all'esercizio del diritto di recesso sarebbe insussistente, mentre le segnalazioni di condotte poco trasparenti da parte degli agenti sarebbero poche in confronto al numero dei contratti conclusi da Motta (se ne dirà meglio oltre);

3.3.3. Infine, Motta ha registrato nell'anno 2011 perdite pari a € 873.156,00, che ammonteranno, a fine 2012, a circa 1.000.000 di euro..

3.3.4. Tutti questi elementi sarebbero stati immotivatamente trascurati dall'AGCM, che, sul punto in esame, sarebbe incorsa nella violazione delle norme indicate in epigrafe, giungendo ad applicare una sanzione manifestamente eccessiva.

4.1.1. Ebbene, dall'esame del provvedimento impugnato e dei relativi allegati, pare al Collegio senz'altro dimostrato come alcuni agenti Motta abbiano utilizzato tecniche di vendita riprovevoli, spesso prossime a veri e propri raggiri, facendo in particolare credere che il bene ceduto – opere editoriali in più volumi, integrate o meno da supporti multimediali, informatici e di rete – avrebbe potuto essere rivenduto, dopo qualche tempo, con profitto alla Motta ovvero a terzi: in sostanza presentando come un sicuro investimento quello che era affatto semplicemente l'acquisto di un bene improduttivo, utile o soltanto godibile.

4.1.2. Comunque, se anche non sono giunti alla frode espressa, i venditori, incuranti tanto delle vigenti norme di tutela dei consumatori, quanto delle più elementari regole di correttezza – civile, prima che commerciale – hanno adottato condotte aggressive ed invasive per ottenere, anche profittando di consumatori deboli, per età avanzata o altro, la stipula del contratto e le proprie

provvigioni (spesso modeste, sì da comporre un quadro complessivamente penoso).

4.1.3. Per quanto riguarda la Motta, in realtà, essa per molto tempo non pare aver svolto la debita sorveglianza sulle condotte dei propri agenti, a parte qualche occasionale rabbuffo, e la diffusione di circolari d'incerta osservanza: si ha l'impressione, anzi, che il numero di contratti comunque stipulati fosse il dato assolutamente assorbente per valutare i meriti dei propri venditori.

4.2.1. Tutto ciò è sicuramente cambiato dal momento in cui certe disinvolute tecniche di promozione sono state denunciate, nel 2011, durante una trasmissione televisiva, da cui ha poi preso avvio l'intera procedura in esame.

4.2.2. È solo in seguito a ciò, che Motta ha interrotto o sospeso alcuni rapporti professionali, ed ha riconosciuto la necessità d'introdurre misure correttive: come la telefonata di controllo a ciascun cliente, ora prevista per accertare se coloro i quali hanno sottoscritto un contratto, abbiano ricevuto dagli agenti di vendita corrette e puntuali informazioni sul prodotto editoriale, e sulle condizioni di vendita e di finanziamento sottoscritte.

4.2.3. Insomma, è fuori questione che, in un certo numero di casi, le opere sono state acquistate per l'effetto di pratiche commerciali ingannevoli o aggressive, e Motta ne deve senz'altro rispondere quale professionista, anche solo per la scelta e la sorveglianza su coloro hanno agito in nome e per suo conto.

4.3.1. Si tratta, dunque, soltanto di stabilire, nell'esercizio della giurisdizione di legittimità e di merito che in materia compete a questo giudice, se la sanzione irrogata sia adeguata: in effetti, viste le

difese proposte, pare al Collegio che l'Autorità abbia ecceduto, nel valutare la dimensione del fenomeno.

4.3.2. Anzitutto, quanto all'asserita diffusione della pratica, Motta espone di aver concluso nel 2011 circa 3.800 contratti, dei quali se ne sono consolidati circa 3.200, essendo nei residui casi intervenuto o il recesso in termini da parte del cliente o il rifiuto, da parte di Motta, di rendere definitivo il rapporto contrattuale, a causa della negativa valutazione del cliente sul fronte finanziario: dei contratti perfezionati solo in una settantina di casi sono state segnalate presunte condotte scorrette degli agenti; un dato che l'Autorità non contesta nelle sue difese e che equivale al una percentuale del 2% circa.

4.3.3. Si tratta evidentemente di una frazione assai contenuta, e che non v'è ragione di ritenere limitata in questa misura soltanto nel 2011; in più, nulla permette di affermare che, in tutti i casi considerati, il cliente abbia realmente subito una pratica commerciale ingannevole od aggressiva, o non abbia piuttosto, dopo essersi volontariamente gravato dell'onere economico in questione, cercato di sottrarsene, quando ormai i termini per esercitare lo *ius poenitendi* erano largamente scaduti, magari amplificando – anche a seguito del noto servizio televisivo – i termini delle pressioni a suo tempo subite per stipulare il contratto.

4.3.4. Per vero, l'Autorità sembra costantemente presumere la veridicità dei racconti proposti dagli interessati; inoltre (anche qui la ricorrente non erra) offre talvolta ricostruzioni incomplete delle vicende che espone, o interpretazioni particolarmente severe della condotta della Motta, e non giustificate (sopra § 2.4.2.).

4.3.5. In conclusione, anche tenuto conto che gli episodi realmente documentati e ragionevolmente credibili, non superano la ventina – quindi assai meno di quelli che l’Autorità sembra ritenere rilevanti – e sono altresì riferibili ad un numero limitato di agenti, appare ragionevole dimezzare la sanzione irrogata per la condotta *sub* A. pur confermando la sussistenza della pratica commerciale scorretta .

5.1.1. Si può così esaminare il secondo addebito posto a carico della Motta, riguardante cioè la promozione di prodotti multimediali, destinati a famiglie con figli in età scolare, nell'ambito di una iniziativa formativa svolta nelle scuole dell'obbligo: la promozione, secondo il provvedimento gravato, sarebbe avvenuta in forme poco trasparenti, facendo credere ai genitori di essere in presenza di un'operazione culturale e non commerciale.

5.1.2. Invero, la condotta sarebbe stata attuata in violazione dell'art. 22, II comma del codice del consumo.

Questo prevede, al I comma, che è considerata ingannevole una pratica commerciale che, nel caso concreto, omette informazioni di cui il consumatore medio ha bisogno per prendere una decisione consapevole di natura commerciale, e può così indurlo ad assumere una decisione, che non avrebbe altrimenti preso; il II comma, a sua volta, aggiunge che una pratica commerciale è considerata un'omissione ingannevole, quando un professionista occulta o presenta in modo oscuro, incomprensibile, ambiguo o intempestivo le informazioni rilevanti di cui al comma 1, o non indica l'intento commerciale della pratica stessa se ciò non risulti già evidente dal contesto nonché quando, nell'uno o nell'altro caso, ciò induce o è idoneo a indurre il consumatore medio ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

5.2.1. Il terzo motivo di ricorso censura la decisione dell'Autorità per violazione e falsa applicazione dell'art. 22 del codice del consumo, nonché per eccesso di potere per erronea valutazione dei fatti e delle risultanze istruttorie e per difetto di istruttoria.

5.2.2. Nel settembre 2009 Motta sottoscrisse con il Ministero dell'istruzione un protocollo d'intesa per la realizzazione di strumenti innovativi per la didattica e la ricerca, promuovendo la diffusione e l'utilizzo delle nuove tecnologie come strumento d'innovazione e di sostegno all'apprendimento; un secondo protocollo del 2012 riguardò poi la condivisione di contenuti e servizi innovativi per la didattica.

5.2.3. In particolare, all'interno di uno dei progetti formativi gratuiti (WEB - Web Educazione Banche dati), Motta organizzava - e organizza - corsi di formazione del personale docente, mettendo a disposizione degli insegnanti e degli alunni il materiale didattico multimediale; sono anche previsti laboratori didattici con le classi di studenti, volti a favorire l'apprendimento attraverso giochi multimediali.

In cambio, continua il ricorso, Motta può consegnare, a tutti i bambini partecipanti ai laboratori, una scheda, denominata "Osservatorio sulla didattica multimediale", sottoscrivendo la quale le famiglie, interessate a conoscere i prodotti multimediali di Motta, possono autorizzare una visita da parte di incaricati della Casa editrice.

5.2.4. In pratica, Motta prende anzitutto diretto contatto con le scuole dell'obbligo, e stipula uno specifico protocollo d'intesa con quelle interessate, avviando quindi il progetto e consegnando a conclusione la scheda osservatorio agli alunni.

Questa reca sulla prima pagina il logo e il nome del gruppo editoriale Motta, qualificato come Ente di formazione riconosciuto dal Ministero dell'istruzione, e richiede l'inserimento dei dati dell'alunno, per il rilascio del "diploma di merito" per aver partecipato al laboratorio didattico; la seconda e la terza pagina, invece, contengono due questionari (uno per gli alunni, l'altro per i genitori), che includono alcune domande utili per comprendere l'utilizzo di Internet nelle famiglie italiane.

L'ultima pagina è riservata ai soli genitori, interessati a ricevere gratuitamente la "Avatar Card", che consente di accedere ad un gioco educativo *on line*: nella pagina in questione, secondo la ricorrente « è chiarito che "la *Avatar Card* sarà consegnata da un incaricato del Gruppo Editoriale Motta" e si specifica che "In occasione della visita verranno forniti chiarimenti e dettagli sul progetto, sulle promozioni a esso legate e sui risultati dell'Osservatorio condotto durante lo scorso anno scolastico". In calce a tali informazioni, vi è uno spazio ove i genitori interessati devono inserire i loro dati (nome e cognome, indirizzo, e-mail e numeri telefonici) e apporre la loro firma leggibile». La scheda è unita a un'accompagnatoria del dirigente scolastico, nella quale si segnala alle famiglie che la compilazione della scheda è libera e che, ove sottoscritta, sarà seguita dalla visita dell'incaricato Motta.

5.2.5. Il ricorso quindi descrive – utilizzando peraltro lo *script* predisposto dalla Motta per tali promozioni - quella che dovrebbe essere la procedura seguita, per il caso che la famiglia abbia aderito alla proposta: una prima visita, con l'iniziale consegna degli attestati promessi, seguita dalla proposta di presentazione dei prodotti multimediali; questi, in caso di assenso, vengono illustrati subito,

oppure in un successivo incontro, e quindi direttamente venduti se graditi.

5.3.1. Invero, diversamente da quanto ritenuto dall'Autorità, secondo la ricorrente sarebbe evidente lo scopo commerciale dell'iniziativa.

Questo sarebbe intanto enunciata nella fase di presentazione del progetto al consiglio d'istituto della scuola, nel quale sono presenti i rappresentanti dei genitori, e poi confermata dalla scheda osservatorio e dall'allegata nota del dirigente scolastico; lo scopo commerciale sarebbe ulteriormente ribadito nel primo contatto telefonico dell'incaricato di Motta, il quale "chiarisce fin dal principio che la società ha riservato alla famiglia contattata una promozione speciale", ciò che sarebbe confermato nel primo incontro diretto.

5.3.2. Così, nel loro complesso, tali elementi dimostrerebbero che l'attività promozionale di Motta sarebbe improntata a trasparenza e chiarezza; lo scopo commerciale, chiaramente esplicitato nelle varie fasi della procedura descritta nel precedente paragrafo 1, sarebbe evidente per le famiglie.

In generale, poi, nel valutare la correttezza di una pratica commerciale, occorre verificare la sua idoneità a incidere sulla libertà di autodeterminazione di un consumatore medio, ragionevolmente accorto, prudente e normalmente informato: e questo sarebbe in grado di comprendere la finalità commerciale della pratica in esame, rivolta d'altronde a famiglie giovani e non a consumatori deboli.

6.1. Orbene, pare evidente al Collegio come l'attività da Motta concertata con il Ministero e concretamente realizzata con le scuole, e fin qui descritta sia finalizzata all'acquisizione di nuova clientela, offrendo dapprima – e senza alcuna certezza di adeguato ritorno economico – agli insegnanti e agli alunni competenze e strumenti che

si deve supporre non siano scadenti o inutili, visto che sono stati accolti da molte scuole, con l'approvazione degli stessi rappresentanti dei genitori.

6.2.1. Si tratta di un approccio commerciale legittimo, finché ciò non comporti che la potenziale nuova clientela subisca condizionamenti ingannevoli, e assuma decisioni di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

6.2.2. Ora, in specie, l'Autorità ritiene che dalla pratica non emergerebbe chiaramente l'intento commerciale perseguito: ma, ad avviso del Collegio, questa risulta invece già dal tenore espresso degli atti sottoposti alle famiglie.

6.2.3. Invero, non sono state qui usate espressamente parole come "venditore" e "vendita" ma "promozione"; il senso non è per questo oscuro, almeno per un consumatore mediamente avvertito, tanto più nel contesto di forniture e prestazioni in precedenza elargite ad una scuola da una casa editrice privata.

6.3.1. E che i genitori – o chi per essi - non si siano sentiti sorpresi nella loro buona fede, dopo aver sottoscritto la quarta parte della scheda osservatorio, lo dimostra la sostanziale assenza di esposti e reclami, sebbene Motta abbia sicuramente preso contatto con svariate famiglie; proteste che sarebbero state anzitutto indirizzate alle scuole, le quali si presentano di fatto come garanti dell'operazione.

6.3.2. È vero che esistono quattro segnalazioni, ma inadeguate a dimostrare l'opposto, sebbene l'A.G.C.M. abbia per queste operato l'estensione oggettiva del procedimento amministrativo.

6.3.3. Secondo una prima segnalazione, un incaricato della Motta avrebbe invogliato gli allievi di una scuola affinché i genitori

accettassero una visita promozionale: ma, come rileva la ricorrente, manca qualsiasi conferma sulla vicenda e sui suoi eventuali effettivi sviluppi.

6.3.4. Altre due segnalazioni sono anonime (un gruppo di genitori che non si firma e utilizza in tempi e luoghi diversi esattamente la stessa segnalazione): e la ricorrente fornisce in ricorso una persuasiva dimostrazione che queste, in realtà, sono state formate da un ex dipendente licenziato dalla Motta.

6.3.5. L'unica protesta circostanziata è quella di una cliente, che si lamentava di aver sottoscritto il contratto, perché "caduta incolpevolmente in errore dopo che i Vs agenti illustravano la necessità dell'acquisto del materiale, ritenuto, a loro avviso, 'obbligatorio' da parte dell'Istituto scolastico". Il rilievo è intervenuto ad oltre sei mesi dalla sottoscrizione del contratto, e ciò lo rende inattendibile; e, comunque non dà diretto fondamento alla violazione che è stata imputata alla ricorrente.

6.4.1. Secondo A.G.C.M., la finalità di lucro sottesa al progetto non sarebbe desumibile dall'impostazione grafica della scheda osservatorio, dove Motta è definita ente di formazione riconosciuto dal Ministero dell'istruzione: e ciò evocherebbe, nella percezione comune, un soggetto che non è dedito a un'attività con scopo di lucro.

6.4.2. Ora, non vede il Collegio perché un Ente di formazione riconosciuto – terminologia sicuramente generica - non dovrebbe operare con profitti economici, e basta pensare, per non andare lontano, alle scuole private: la finalità del richiamo era invece, e ciò pare evidente, quella di aumentare l'autorevolezza di Motta, poiché riconosciuta dal Ministero.

6.5.1. Il Collegio concorda poi con la ricorrente nel rilevare come il fatto che, nella telefonata di contatto con le famiglie interessate, il termine "promozione" sia utilizzato una sola volta, non sia significativo, diversamente da quanto A.G.C.M. suppone, essendo quel contatto destinato a chiarire il contenuto del prodotto proposto: è rilevante semmai che si parli di "promozione" e la finalità commerciale non sia poi in alcun modo smentita.

6.5.2. La "guida" che contiene un "copione di vendita" per i funzionari di Motta – rileva A.G.C.M. – prevede che questi debbano dire alle famiglie «di offrire un servizio di formazione, complementare a quello della scuola, in cui, in sostanza, "è la famiglia che fa la differenza" in termini di "opportunità per un futuro migliore"».

6.5.3. Ad avviso del provvedimento impugnato (§157) "L'insistenza sul ruolo della famiglia a completamento dell'opera didattica realizzata dalla scuola appare idonea ad avallare la percezione che l'acquisto di prodotti Motta sia in qualche modo richiesto dalla stessa scuola, come documentato, ad esempio, dal reclamo e dalla citata lettera di marzo 2010 acquisita in ispezione".

6.5.4. Ora, si deve ancora una volta convenire con la ricorrente: l'A.G.C.M. è giunta ad una conclusione assolutamente arbitraria.

Il messaggio proposto è – piuttosto prevedibilmente - che il prodotto offerto contiene degli strumenti di apprendimento ulteriori (migliori?) rispetto a quelli offerti dalla scuola; e siccome è alla famiglia che viene chiesto di finanziare l'acquisto, è di questa che il venditore – comprensibilmente – tesse l'elogio ed esalta la funzione.

Si osservi, inoltre, che il provvedimento qui fa riferimento, ed attribuisce rilevanza, alla “citata lettera del marzo 2010”, che è uno dei due apocrifi, cui si è prima accennato.

6.5.4. Non riguarda direttamente la violazione imputata, il rilievo per cui, secondo A.G.C.M., i protocolli con il Ministero dell'istruzione non contemplerebbero “l'ipotesi di veicolare le promozioni di prodotti ulteriori del professionista attraverso le scuole”: è evidente come ciò non influisca sulle valutazioni del consumatore medio, che nemmeno conosce tali intese.

6.6. In conclusione, il ricorso va accolto per la parte concernente la seconda sanzione irrogata: non ricorre, nel caso di specie, l'omissione ingannevole sanzionata dalla citata disposizione, essendo comunque desumibile, da parte del consumatore medio, l'intento commerciale sotteso alla pratica in esame.

6.7. Essendo stato annullato in misura preponderante il provvedimento sanzionatorio, va conseguentemente annullata la sanzione accessoria per la quale Federico Motta Editore S.p.A. avrebbe dovuto pubblicare, a sua cura e spese, un estratto della delibera, ai sensi dell'art. 27, VIII comma, del codice del consumo.

6.8. Le spese di lite, attesa la reciproca parziale soccombenza, vanno integralmente compensate.

P.Q.M.

Il Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Sezione Prima) definitivamente pronunciando sul ricorso in epigrafe, lo accoglie parzialmente e per l'effetto,

1) conferma la sanzione di cui alla lett. a) del dispositivo del provvedimento impugnato 8 agosto 2012, n. PS75, riducendone a € 50.000,00 l'importo, di cui alla lett. c) del dispositivo;

2) annulla la sanzione di cui al punto b) del dispositivo e, così, il relativo importo *sub* d);

3) annulla la sanzione accessoria della pubblicazione della deliberazione 8 agosto 2012, n. PS7557.

Spese compensate.

Ordina che la presente sentenza sia eseguita dall'autorità amministrativa.

Così deciso in Roma nella camera di consiglio del giorno 19 giugno 2013 con l'intervento dei magistrati:

Calogero Piscitello, Presidente

Angelo Gabbricci, Consigliere, Estensore

Alessandro Tomassetti, Consigliere

L'ESTENSORE

IL PRESIDENTE

DEPOSITATA IN SEGRETERIA

Il 15/10/2013

IL SEGRETARIO

(Art. 89, co. 3, cod. proc. amm.)