

25 settembre 2015 16:23

ITALIA: Antitrust sanzioni siti di aste online

Una sanzione complessiva di un milione di euro è stata irrogata dall'Antitrust a due operatori delle cosiddette "aste on line al centesimo": 700mila euro alla società Flamingo Intervest Ltd, con sede nelle Isole Vergini britanniche, per pratiche commerciali scorrette; 300mila euro a Marcandi Ltd, con sede in Inghilterra, riguardo alle informazioni ingannevoli e omissive sulle proprie proposte commerciali.

Quello delle aste on line al centesimo è un servizio, fornito attraverso Internet, che risulta particolarmente allettante per il consumatore, in quanto offre la possibilità teorica di aggiudicarsi un prodotto – solitamente beni di consumo più ricercati nel settore dell'alta tecnologia – a un prezzo irrisorio. Un'asta del genere differisce da quelle normali soprattutto per il fatto che qui è imposta la partecipazione a pagamento: per effettuare le puntate, si richiede infatti di utilizzare crediti precedentemente acquistati.

Un'altra caratteristica fondamentale di queste aste consiste nel fatto che, a partire da un prezzo iniziale, i consumatori possono incrementare le offerte solo di un centesimo per volta. Il cliente che effettua l'ultima puntata si aggiudica il diritto di acquistare il prodotto al prezzo finale d'asta. Se questo poi non viene pagato, il controvalore dei crediti spesi nel corso dell'asta aggiudicata può essere utilizzato dai consumatori, nei limiti stabiliti dalle condizioni contrattuali, per acquistare on line prodotti offerti, in media, al prezzo di mercato.

In questo contesto, sulla base di oltre trecento segnalazioni ricevute dall'Agcm, sono risultate particolarmente gravi e aggressive le condotte realizzate da Flamingo Intervest Ltd: attraverso i siti www.dandybids.com, www.wippy.com, www.bogabids.com e www.ziinga.com, la società forniva informazioni omissive e incomplete sul servizio svolto, addebitando sulla carta di credito dei consumatori il costo (da un minimo di quasi 40 euro a un massimo di circa 80 euro al mese) di un particolare abbonamento, per la partecipazione ad aste on line al centesimo, mai richiesto dal cliente. L'operatore si procurava il numero di carta dei consumatori (o altro strumento di pagamento) agganciandoli durante la navigazione su Internet, attraverso finestre pop-up o attraverso un'intensa attività di mailing. E inoltre, allettandoli con la prospettiva di ottenere un premio mediante il solo pagamento di esigue spese di spedizione (pari a due euro), li induceva a registrarsi a uno dei propri siti. Ottenuta così l'iscrizione nominativa, Flamingo non solo non consegnava il premio prospettato, ma inviava richieste di pagamento oppure eseguiva immediatamente addebiti sul conto utilizzato dal consumatore per versare i due euro richiesti come spese di spedizione.

L'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato ha sanzionato poi le condotte informative adottate da Marcandi Ltd: in particolare, è risultato che l'operatore prospettava la possibilità di ottenere prodotti di particolare richiamo per il consumatore a un prezzo irrisorio, non chiarendone adeguatamente l'aleatorietà e omettendo al contempo di precisare le caratteristiche principali e quelle economiche dell'offerta commerciale: per esempio, la natura e il funzionamento delle aste on line al centesimo e il carattere oneroso delle singole puntate che è necessario realizzare per partecipare. La stessa società, attraverso una pagina Internet che appariva tratta da un blog ma in realtà di natura pubblicitaria, si presentava come un consumatore che esprimeva commenti entusiastici in merito alle proprie esperienze di acquisto su quel sito (www.madbid.com).