

AUTORITA' DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 ottobre 2009;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTO il proprio provvedimento del 26 agosto 2009, con il quale è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LA PARTE

Professionista:

1. Onemeet S.p.A. (di seguito, anche, Onemeet), società avente ad oggetto, fra l’altro, “*l’attività di progettazione, realizzazione gestione e vendita di spazi e siti web, anche rivolti a favorire l’incontro di persone che intendono conoscersi*”, in qualità di professionista ai sensi dell’articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

Il bilancio di esercizio, al 31 dicembre 2008, presenta un fatturato pari a circa 1.620.000 euro ed una perdita di esercizio pari a circa 600 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere da Onemeet, nella sua qualità di professionista, consistente nel predisporre e diffondere, attraverso il sito internet *www.onemeet.net*, messaggi che promuovono incontri per persone *single*.

3. Il tenore del messaggio è il seguente, come risulta dalla pagina *web* in questione: “*OneMeet è il portale di incontri online multiservizi che offre la possibilità di incontrare il proprio partner! Oltre 1.000.000 di single ci hanno già scelto*”. Più precisamente, il servizio offerto da Onemeet è di favorire “*l’incontro che ti cambia la vita*”, mediante *claim* che reclamizzano “*Incontri online, anima gemella, amore, chat*”. *Registrati ora nella community per gli incontri online 100% italiana. L’iscrizione è semplice e gratuita*”. Sulla *home-page* del sito, sono riportate le fotografie di alcuni ragazzi e ragazze, di bella presenza, presentati come “*I nuovi iscritti*”.

4. Entrando nella *home-page* del sito viene offerta ai consumatori la possibilità di effettuare una prova di iscrizione gratuita e, successivamente, di acquistare un “*pass*” al costo di 27 euro. Più precisamente, nella pagina internet sono riportate tre opzioni: “*Abbonamento standard*” al costo di 27 euro, “*Abbonamento agevolato 3 mesi*” al costo di 19 euro e “*Abbonamento agevolato*” al costo di 16,50 euro. Sotto ciascuna opzione vi è il *link* “*Acquista pass*” da cliccare per scegliere l’opzione desiderata.

5. Scegliendo la prima opzione (corrispondente al costo di 27 euro), il consumatore accede alla successiva pagina, la cui intestazione è “*Prodotto selezionato: abbonamento mensile*”, dove vi sono dei campi da compilare con i propri dati personali, comprese le coordinate bancarie per le

modalità di pagamento con carta di credito. Al fondo di tale pagina vi è il *link* con scritto “*Accetto*

le condizioni di utilizzo”, già precompilato, che viene quindi automaticamente accettato quando si attiva il “*pass*”.

6. Solo successivamente, il consumatore scopre che, in realtà, non ha acquistato l’accesso al servizio per un solo mese ma si è iscritto ad un abbonamento annuale, che prevede il pagamento mensile di 27 euro, da effettuarsi prevalentemente con addebiti sulle carte di credito degli utenti.

Tale circostanza è riportata più precisamente all'articolo 4 della voce "Contratto di abbonamento /Condizioni Generali", ove si specifica: "Il presente contratto avrà durata di un anno decorrente dalla data di sottoscrizione dell'Abbonamento". Tuttavia, per come è strutturato il sito, è possibile attivare il "pass" al costo di 27 euro senza leggere tali condizioni.

7. Inoltre, con riferimento alle modalità di fruizione del servizio, una volta abbonati, non risulta possibile rispondere alle e-mail ricevute, durante il periodo di prova gratuita, da presunti altri *single* in cerca di incontri. In particolare, i soggetti che invierebbero tali e-mail, dopo i tre giorni del periodo di prova gratuita, non cercano più di contattare il nuovo utente, ma lo ricontatterebbero al momento della scadenza dell'abbonamento, per convincerlo al rinnovo.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

8. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 7 maggio 2009 è stato comunicato l'avvio del procedimento a Onemeet. Infatti, la pratica commerciale descritta al paragrafo II avrebbe potuto integrare un'ipotesi di violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a), b) e d), 22, commi 1) e 2), 24 e 25, lettera d), del Codice del Consumo, idonea ad indurre il consumatore medio ad una decisione commerciale che altrimenti

non avrebbe assunto. In particolare, a fronte della prospettazione di usufruire di un servizio di durata limitata, il consumatore, per effetto delle informazioni ambigue presenti sul sito internet del

professionista, sarebbe indotto ad aderire ad un'offerta che si rivela, in realtà, diversa e più onerosa

del previsto. Nella comunicazione di avvio del procedimento è stato, altresì, comunicato al professionista che sarebbero state valutate anche le modalità di fruizione del servizio promosso dallo stesso, con particolare riferimento alla possibilità, una volta sottoscritto l'abbonamento annuale, di corrispondere con altri soggetti aderenti al medesimo servizio e di rispondere alle email ricevute durante il periodo di prova gratuita.

9. L'Autorità, con propria delibera del 7 maggio 2009, ha autorizzato un'ispezione, ai sensi dell'art. 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo presso la sede di Onemeet, al fine di reperire tutta la documentazione necessaria alla valutazione dei comportamenti oggetto di istruttoria. L'ispezione ha avuto luogo in data 14 maggio 2009.

10. Sulla base della documentazione acquisita nel corso dell'ispezione e della memoria di parte pervenuta in data 12 giugno 2009, integrata successivamente in data 15 giugno 2009, è emerso quanto segue:

- Onemeet ha organizzato una piattaforma di "incontri virtuali" fra utenti, fornendo adeguata assistenza, attraverso il *Customer care*, a coloro i quali accedono ai servizi offerti;
- l'accesso ai servizi da parte degli utenti è possibile compilando una scheda presente sul sito internet, con l'inserimento dei dati personali; nel caso in cui un utente decida di abbonarsi ai servizi di Onemeet, questi aderisce, previa accettazione delle condizioni generali del contratto presenti sul sito, scegliendo i termini di pagamento (uno, tre e sei mesi) e il mezzo di pagamento (carta di credito o bonifico bancario);
- il sito internet di Onemeet offre un servizio di ricerca e di consultazione di un *database*, costituito da un considerevole numero di persone registrate, con lo scopo di favorire la conoscenza ed i contatti tra le stesse tramite la rete internet; ciascuna persona registrata indica sul sito il proprio profilo e, sulla base dei profili disponibili, cerca di ottenere contatti e di contattare soggetti a lei affini. Il professionista non garantisce in alcun modo il risultato dell'incontro tra gli utenti del sito, ma si impegna a favorirli, mettendo a disposizione un sito internet con elevati standard qualitativi, in relazione al motore di ricerca, al database, alla messaggistica, chat e quant'altro

possa raggiungere lo scopo prefissato;

– la registrazione al sito è completamente gratuita e consente di accedere ai profili di altri soggetti che sono iscritti; per poter inviare a tali soggetti dei messaggi, e dunque per poterli contattare, è ovviamente necessario abbonarsi, stipulando un contratto annuale con il professionista, le cui Condizioni Generali sono riportate sul sito internet e quindi perfettamente accessibili e comprensibili agli utenti;

– sulle “**Condizioni Generali**” di contratto è riportato quanto segue: “**quota sottoscritta dall’Abbonato che consente l’accesso illimitato ai servizi a pagamento di OneMeet.net per un periodo pari ad 1 anno (dodici mesi). Il servizio si rinnoverà alla sua scadenza qualora non pervenga disdetta da parte dell’utente nelle modalità indicate all’art.8**”;

– inoltre l’articolo 4 delle “**Condizioni Generali**” chiarisce: “**Il presente contratto avrà la durata di un anno (dodici mesi) decorrente dalla data della sottoscrizione dell’abbonamento e si intenderà rinnovato di anno in anno salva la facoltà per l’abbonato di recedere in qualsiasi momento con un preavviso di almeno 15 (quindici) giorni**”;

– in calce alla pagina *web* viene esplicitamente indicato che “**prezzi, durata dell’abbonamento, e condizioni contrattuali sono riportati nel link: “Condizioni di utilizzo**””; tale *link* consente di aprire la pagina che riporta le Condizioni Generali di contratto;

– la maggior parte dei “frequentatori” di questi siti internet non si iscrive ad un solo sito, bensì è assidua frequentatrice anche di altri siti di società concorrenti; tale circostanza ingenera confusione nell’utenza che, avendo contemporaneamente a disposizione più offerte contrattuali, spesso non ricorda con esattezza i termini proposti dalle varie società;

– gli utenti che hanno esercitato il diritto di recesso dal contratto stipulato con Onemeet sono una minima parte rispetto ai clienti che continuano ad usufruire di tali servizi, con un indice di soddisfazione evidente: per l’anno 2008, infatti, su 122.432 iscritti fra uomini e donne solo 3.721 hanno esercitato il suddetto diritto (dunque solo il 3%);

– quanto alla circostanza lamentata che nei profili degli iscritti di sesso maschile compaiono dei messaggi ammiccanti di ragazze che poi sparirebbero una volta sottoscritto l’abbonamento, ciò è giustificato dalla circostanza che, nel momento in cui l’utente si iscrive al sito di Onemeet entra a far parte di una lista dei “**nuovi iscritti**”, alla quale chiunque può attingere per ottenere il relativo indirizzo e-mail al quale inviare ogni tipo di messaggio;

– il professionista ha precisato di avere comunque introdotto vari filtri per proteggere gli utenti da e-mail non desiderate ed evitare illegittime raccolte di dati personali, effettuate da concorrenti anche esteri;

– riguardo alla comunicazione pubblicitaria, il professionista in esame fa presente di operare con pianificazioni pubblicitarie continue che rappresentano il 50% degli investimenti e di utilizzare, allo scopo, varie società quali Google, Yahoo, Wind, il Sole 24, ed alcune emittenti televisive nazionali.

11. Contestualmente alla suddetta memoria, il professionista ha fornito la seguente documentazione: a) contratti, campagne pubblicitarie e relative fatture; b) manuale operativo di Onemeet; c) segnalazioni di disservizi lamentati dagli utenti all’ufficio **Customer care** per il periodo dicembre 2008 – maggio 2009; d) autocertificazione riguardante i dati relativi agli iscritti al sito Onemeet per l’anno 2008 e dal 1° gennaio al 30 aprile 2009; e) autocertificazione riguardante i dati relativi agli iscritti che hanno inviato richiesta di cancellazione dal sito Onemeet per l’anno 2008 e dal 1 gennaio al 30 aprile 2009; f) condizioni generali di contratto.

12. In data 10 settembre 2009 è stato comunicato a Onemeet il termine di conclusione della fase istruttoria in data 28 settembre 2009.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

13. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite internet, è stato richiesto, in data 29 settembre 2009, il parere all’**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**, ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

14. Con parere pervenuto in data 28 ottobre 2009, la suddetta Autorità ha ritenuto che la **pratica commerciale in esame risulta scorretta** ai sensi degli artt. 20, 21 lettere *b*) e *d*), e 22 del Codice

del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- con riferimento al profilo della completezza e della veridicità delle informazioni da fornire in ordine alle caratteristiche principali della pratica commerciale in esame, ai fini della valutazione dell'effettiva convenienza dell'offerta pubblicizzata e della determinazione alla fruizione della stessa, il consumatore deve essere posto nella condizione di averne chiara e immediata contezza, con la conseguenza che la completezza della comunicazione pubblicitaria deve coniugarsi alla chiarezza e alla immediata percettibilità delle caratteristiche del prodotto e/o offerta pubblicizzati;
- non ogni omissione informativa acquisisce rilevanza ai fini del giudizio di scorrettezza della pratica commerciale segnalata; occorre, invece, valutare di volta in volta se le informazioni omesse o incomplete siano tali da limitare significativamente la portata delle affermazioni in esse riportate, inducendo in errore i destinatari in ordine alle effettive caratteristiche del prodotto pubblicizzato: nel caso di specie, il messaggio pubblicitario è tanto "accattivante" quanto "fuorviante", di impatto persuasivo ed immediato: esso, infatti, è rivolto ad un *target* ben preciso;
- la categoria sociale dei *single* che, consapevolmente, sono alla ricerca di un partner, oppure solo intenzionati ad instaurare dei rapporti di amicizia o semplicemente fare nuove conoscenze o scambiare esperienze, oppure ancora semplicemente attratti da queste nuove forme di socializzazione "virtuale", ed è tale, in ogni caso, da indurre in errore il consumatore medio o, meglio, a condizionarne l'orientamento – anche per la metodologia seguita dal professionista e illustrata dai segnalanti – nelle fasi successive all'iscrizione gratuita, laddove il neo-iscritto al momento di rispondere ai primi messaggi ricevuti, viene indirizzato alla pagina del sito del professionista dove vengono proposte tre modalità di acquisto che, in realtà, sono degli "acconti" a cui dovrà seguire la corresponsione del canone mensile: "*Pass*" ("*standard*", "*agevolato 3 mesi*" e "*agevolato 6 mesi*"). **Se decide di acquistare, l'utente viene nuovamente indirizzato ad altra pagina dove gli vengono richiesti i dati personali e quelli relativi alla carta di credito: in tale pagina, al bordo inferiore, isolato dal contesto, è posta la finestra della spunta per accettare le condizioni di utilizzo "in modo in evidente e impercettibile in fase d'acquisto, dopo il pulsante di transazione e non prima dello stesso";**
- pertanto, il messaggio pubblicitario contestato, in quanto capzioso nella sua formulazione, presentazione e diffusione, è idoneo ad informare correttamente ed indistintamente i destinatari che per usufruire del suddetto servizio occorre stipulare un abbonamento annuale più oneroso di quello che il messaggio principale lascia intendere, inducendo conseguentemente in errore il consumatore medio che, invece, per le modalità attuate dal professionista, si ritrova ad essere titolare di un contratto annuale a carattere oneroso.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

15. La pratica oggetto di valutazione si sostanzia nelle modalità di raccolta di adesioni attuate dal professionista, **enfaticamente sul sito la possibilità di abbonarsi per un solo mese. Il messaggio, infatti, a fronte della particolare attrattiva destinata agli utenti dal *claim* "iscrizione gratuita", rafforzata dalla dicitura "*abbonamento mensile*" riportata sulla pagina da compilare per iscriversi, appare ingannevole nella misura in cui induce il consumatore a ritenere contrariamente al vero, che sia possibile abbonarsi al servizio anche per un solo mese.**

Viceversa, solo cliccando sul *link*

"*Accetta le condizioni di utilizzo*", l'utente scopre che l'unica tipologia di abbonamento è in realtà quello annuale e che le tre opzioni precedentemente descritte, "*Abbonamento standard*" al costo di 27,00 euro, "*Abbonamento agevolato 3 mesi*" al costo di 19,00 euro e "*Abbonamento agevolato*" al costo di 16,50 euro, si riferiscono a modalità di versamento degli acconti, da pagare in un'unica soluzione, sempre relativi all'abbonamento annuale. Tuttavia, per come è strutturato il sito, è possibile attivare l'abbonamento stesso senza leggere le condizioni generali di contratto.

16. Infatti, nel contesto della comunicazione contenuta nel sito, non sussiste un collegamento immediato e "necessario" tra il *link* "*acquista Pass*" e il *link* "*Condizioni di utilizzo*". Come detto, da tale ultimo *link* si ha accesso alle Condizioni Generali del contratto dove sono descritti i termini effettivi dei contratti di abbonamento.

17. Più specificatamente, l'adesione all'abbonamento da parte dei consumatori avviene per

effetto della virgola di spunta già inserita in automatico sul campo di accettazione delle “Condizioni di utilizzo”. Il consumatore tuttavia non vede automaticamente tali condizioni prima di aderire all’abbonamento, per effetto della struttura della pagina internet che vede posizionato tale *link* in fondo alla stessa e che non è contemporaneamente visibile dal *link* “*pass*”, cliccando il quale si attiva l’abbonamento annuale. In tal modo, l’utente finisce per attivare un abbonamento annuale, dovendo quindi pagare 27 euro per dodici mesi, credendo invece di avere sottoscritto un abbonamento mensile al prezzo di 27 euro.

18. A riprova dell’ingannevolezza della comunicazione commerciale riportata sul sito internet in questione, si rileva che nel messaggio iniziale sono evidenziati diversi importi (27 euro, 19 euro e 16,50 euro) che sembrerebbero far ritenere possibile l’abbonamento per differenti periodi temporali, rafforzata dalla circostanza che la pagina Internet www.onemeet.net/playgate.php prevede come intestazione “*Prodotto selezionato: abbonamento mensile*”.

19. Il messaggio oggetto del presente provvedimento, si rivela, anche nella sua presentazione complessiva, idoneo ad indurre in errore il consumatore medio, circa il costo complessivo e la durata del contratto, pregiudicandone la capacità di effettuare una scelta consapevole.

20. Priva di rilievo, risulta la circostanza che, nel corso di procedimento il professionista abbia autonomamente modificato la pagina visionabile sul sito www.onemeet.it relativa ai costi dell’abbonamento, dove non appaiono le varie modalità di pagamento dell’abbonamento annuale (anticipo di una mensilità, anticipo di un trimestre o di un semestre) ma più semplicemente, la scritta “*offerta eccezionale miglior prezzo miglior qualità da € 27.00 → € 9.90 tariffa scontata valida per il primo mese di attivazione del servizio*”. Infatti, tali modifiche non risolvono in alcun modo i profili di ingannevolezza contestati.

21. In conclusione, alla luce delle considerazioni svolte, il messaggio diffuso mediante il sito internet oggetto di valutazione risulta in violazione dell’articolo 21 comma 1, lettere *b)* e *d)*, del Codice del Consumo, in quanto, idoneo ad indurre in errore il consumatore con riferimento alle caratteristiche e al prezzo del servizio promosso.

22. Alla luce di quanto predetto la pratica posta in essere da Onemeet risulta, altresì, contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare il comportamento del consumatore medio in violazione dell’art. 20 del Codice del Consumo. In particolare, non si riscontra nel caso di specie da parte del professionista il normale grado di competenza ed attenzione che ragionevolmente ci si può attendere con riferimento alla prospettazione dei servizi offerti e alla completezza delle informazioni fornite nella comunicazione commerciale.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

23. Ai sensi dell’art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, 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.

24. 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. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, della personalità del professionista, delle sue condizioni economiche, nonché dell’opera dal medesimo svolta per eliminare o attenuare l’infrazione.

25. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell’ampiezza di diffusione del messaggio stesso, derivante dall’utilizzo di un sito internet, di vari motori di ricerca disponibili in internet e di testate giornalistiche. Si tratta di modalità di diffusione che sono suscettibili di aver raggiunto e condizionato nelle proprie scelte economiche un numero rilevante di consumatori.

26. Con riferimento alla durata della violazione, quale risultante dagli elementi disponibili in atti, la pratica commerciale risulta di lunga durata, essendo iniziata prima del 21 settembre 2007 e tuttora in corso. In ogni caso, ai fini della presente sanzione, vengono considerate le sole condotte poste in essere successivamente al 21 settembre 2007.

27. Considerati complessivamente tali elementi, si ritiene di determinare l’importo base della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti della società Onemeet S.p.A. nella misura di

50.000 € (cinquantamila euro).

28. Irrilevanti appaiono le modifiche apportate dal professionista alla comunicazione pubblicitaria successivamente all'avvio del procedimento istruttorio.

29. Circa le condizioni economiche del professionista, si rileva che a fronte di un fatturato di oltre 1.600.000 euro, la società ha registrato un lieve risultato negativo, pari a circa 600 euro.

30. Sulla base di tali elementi, si ritiene pertanto congruo, nel caso di specie, quantificare la sanzione pecuniaria nella misura di 40.000 € (quarantamila euro);

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale in esame risulti scorretta, ai sensi degli articoli 20 e 21, lettere *b)* e *d)*, del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Onemeet S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20 e 21, lettere *b)* e *d)*, del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Onemeet S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 40.000 € (quarantamila euro);

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera *b)* deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notifica 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'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 di copia del modello attestante il versamento effettuato.

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 Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 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