



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2023;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, "Codice del consumo");

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, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 14 marzo 2023, con la quale è stato avviato il procedimento PS12527 nei confronti delle società Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A.:

VISTI i propri provvedimenti del 14 marzo 2023, con i quali sono stati disposti accertamenti ispettivi, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, rispettivamente presso le sedi delle società Facile Ristrutturare S.p.A., Renovars S.p.A. e delle società da esse controllate;

VISTO il proprio provvedimento del 28 giugno 2023, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per la valutazione degli impegni pervenuti, da parte di Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. (nel prosieguo, congiuntamente, anche i "Professionisti"), il 5 maggio 2023, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo;

VISTI i propri provvedimenti del 4 settembre e del 24 ottobre 2023, con i quali, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze istruttorie dovute anche all'espletamento degli ulteriori adempimenti procedurali e per assicurare ai Professionisti un ampio esercizio dei diritti di accesso e difesa;

VISTI gli atti del procedimento

I. LE PARTI

1. Facile Ristrutturare S.p.A. (di seguito anche "FR"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo. La Società è attiva, in particolare, nel settore della ristrutturazione di immobili residenziali. FR ha realizzato, nell'esercizio 2022, ricavi per oltre 145 milioni di euro e per oltre 203 milioni di euro nell'esercizio 2021, conseguendo, rispettivamente, un utile di oltre 5 e 15 milioni di euro¹.

2. Renovars S.p.A., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lettera *b*), del Codice del consumo. La Società è attiva, in particolare, nei settori dell'attività di *holding* di partecipazioni e di servizi anche per conto di terzi. Renovars S.p.A. detiene il 100% del capitale sociale di FR e ha realizzato, nell'esercizio 2022, ricavi per oltre 5,3 milioni di euro e per oltre 3,2 milioni di euro nell'esercizio 2021, conseguendo, rispettivamente, un utile di oltre 12,4 milioni di euro e oltre 533.000 euro².

3. Codacons, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

4. Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia, in qualità di associazione di consumatori segnalante.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

5. Il procedimento ha oggetto i comportamenti posti in essere dai

¹ Fonte banca dati Telemaco-Infocamere.

² Fonte banca dati Telemaco-Infocamere.

Professionisti nell'ambito della loro attività di ristrutturazione di immobili residenziali consistenti: (i) nella diffusione, tramite le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, di recensioni false e/o non autentiche e, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di un dato fuorviante sulla percentuale di clienti soddisfatti dai servizi offerti da FR (il *claim* “98% [di] clienti soddisfatti”); (ii) nell'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di acquisto di materiali di finitura (ad esempio, porte, piastrelle, pavimenti, rubinetteria, mobili bagno, ecc.) per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L'iter del procedimento*

6. Secondo le segnalazioni delle associazioni di consumatori Codacons e Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia, pervenute rispettivamente in data 30 gennaio e 9 febbraio 2023³, una segnalazione pervenuta il 14 febbraio 2023⁴ e le segnalazioni di numerosi singoli consumatori, pervenute a partire dal 24 marzo 2023 e che sono continuate a pervenire nel corso dell'istruttoria⁵, i Professionisti avrebbe posto in essere, tramite le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, il sito di FR(<https://www.facileristrutturare.it/>), la pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, i propri dipendenti/collaboratori e la propria rete di vendita le condotte sopra descritte.

7. In relazione alle condotte descritte, il 14 marzo 2023 è stato comunicato ai Professionisti l'avvio del procedimento istruttorio PS12527 per la possibile violazione degli articoli 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettere *b)*, *d)* e *f)*, e 22, del Codice del consumo. In tale sede, in particolare, sono state contestate a entrambi i Professionisti la scorrettezza e l'ingannevolezza: (i) della diffusione, tramite piattaforme *on line*, di recensioni false e/o non autentiche e, tramite internet, del dato del 98% dei

³ Protocolli nn. 16929 e 19914. La segnalazione di Codacons è stata aggiornata in data 3 ottobre 2023 (protocollo n.78923).

⁴ Protocollo n. 20995.

⁵ L'ultima segnalazione contenuta nel fascicolo PS/12527 è pervenuta l'11 dicembre 2023 (protocollo n. 102044).

clienti soddisfatti dai servizi di FR, nonché (ii) dell'applicazione di un costo occulto ai consumatori, ove il materiale per le ristrutturazioni sia acquistato tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%.

8. Il 23 marzo 2023, sono stati svolti accertamenti ispettivi presso le sedi dei Professionisti e di alcune società da essi controllate.

9. I Professionisti hanno avuto accesso agli atti del fascicolo PS12527 ed estratto copia dei documenti il 14 aprile 2023, 10 maggio 2023, il 2 agosto 2023, il 15 settembre 2023, il 30 ottobre 2023 e il 31 ottobre 2023.

10. Il 24 aprile 2023, i Professionisti hanno risposto alla richiesta di informazioni di cui alla comunicazione di avvio del procedimento e presentato le loro argomentazioni difensive (nel prosieguo anche la "*Memoria Difensiva*")

11. Il 5 maggio 2023 e ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del consumo, i Professionisti hanno presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali contestate. In relazione alla proposta di impegni, essi hanno chiesto di essere sentiti in audizione, che si è tenuta il 14 giugno 2023. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nella sua adunanza del 28 giugno 2023, in quanto l'Autorità ha ritenuto sussistere, nel caso di specie, l'interesse a procedere all'accertamento delle pratiche oggetto del procedimento.

12. In data 11 maggio 2023, sono state inviate richieste di informazioni a Opinioni.it (società Algorithmmedia S.r.l.) e Trustpilot sulla condotta riguardante la diffusione di recensioni non autentiche da parte dei Professionisti, che sono state, rispettivamente, riscontrate, il 30 maggio 2023 e il 5 giugno 2023. In data 21 luglio 2023, è stata inviata un'ulteriore richiesta di informazioni ad Algorithmmedia S.r.l., riscontrata il successivo 26 luglio 2023.

13. Il 28 giugno 2023, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dai Professionisti.

14. In data 4 settembre e 24 ottobre 2023, sono state disposte ulteriori proroghe del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze istruttorie dovute anche all'espletamento degli ulteriori adempimenti procedurali e per assicurare ai Professionisti un ampio esercizio dei diritti di accesso e di difesa.

15. In data 26 e 27 ottobre 2023, è stata comunicata, rispettivamente, ai Professionisti e alle associazioni di consumatori segnalanti ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, la data di conclusione della

fase istruttoria.

16. In data 10 novembre 2023, è stata parzialmente accolta l'istanza dei Professionisti di proroga del termine per presentare memorie conclusive o documenti di cui al citato articolo 16, comma 1, del Regolamento, fissandolo al 27 novembre 2023.

17. In data 27 novembre 2023, i Professionisti hanno trasmesso la loro memoria finale (nel prosieguo, anche, la “*Memoria Finale*”).

18. In data 27 novembre 2023, è stata trasmessa all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni la richiesta di parere, che è pervenuto in data 12 dicembre 2023.

2) *Le evidenze acquisite*

19. FR, fondata nel 2014, è un importante operatore del settore delle ristrutturazioni di immobili residenziali e non residenziali⁶, che impiega un modello di *business* innovativo (“*ristrutturazione chiavi in mano*”) ed opera tramite una rete vendita di circa settanta *showroom* diffusi in tutta Italia⁷. FR opera nel settore delle ristrutturazioni sia direttamente sia tramite imprese terze sub-appaltatrici e una rete di professionisti affiliati (architetti, ingegneri, geometri, etc.), parimenti diffusa in tutta Italia.

20. Di seguito si descrivono le evidenze acquisite per ognuna delle tre condotte contestate ai Professionisti.

A) Impiego di recensioni on line e di dati sulla soddisfazione dei clienti non veritieri (“Pratica commerciale sub A”).

(i) L'impiego di recensioni on line non autentiche.

21. Secondo informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, le richiamate segnalazioni di Codacons, Movimento Difesa del Cittadino - Friuli Venezia Giulia ed altre segnalazioni⁸, i Professionisti avrebbero impiegato, sulle piattaforme di recensione *on line* Trustpilot (di seguito anche “TP”), attiva a livello mondiale⁹, e Opinioni.it, giudizi/

⁶ Cfr. le informazioni diffuse alla sezione “*servizi*” del sito <https://www.facileristrutturare.it/>.

⁷ Cfr. il dato riportato nella nota inviata da FR il 7 luglio 2023 (protocollo n. 58949), nell'ambito della verifica di ottemperanza nel procedimento PS/12286.

⁸ Cfr., tra le altre, il doc. 4 del fascicolo istruttorio.

⁹ Si tratta di una delle principali piattaforme di recensioni *on line* (cfr. quanto affermato alla pagina <https://it.trustpilot.com/about>).

recensioni positivi e non veritieri riconducibili alla stessa FR (ad esempio, provenienti da indirizzi IP o *e-mail* a essa collegati in quanto riferibili, direttamente oppure indirettamente, a propri collaboratori), al fine di accreditare un elevato livello di soddisfazione dei consumatori (c.d. *fake reviews*).

22. In particolare, secondo una segnalazione¹⁰, TrustPilot avrebbe individuato e rimosso [100-300]* recensioni non spontanee dalla pagina dedicata a FR, ritenendole non autentiche e avrebbe aperto una procedura di “*Cease & Desist*” per violazione delle proprie “*Guidelines for businesses*”, riservandosi di applicare alla Società altre misure. In proposito, da verifiche svolte d’ufficio il 9, il 22, il 28 febbraio e il 17 marzo 2023, la pagina del sito di TrustPilot dedicata a FR¹¹ permetteva alle recensioni sui suoi servizi, quantomeno fino all’11 maggio 2023¹², l’avviso che la piattaforma stava svolgendo indagini sui Professionisti e sulle recensioni da essi pubblicate¹³. La “*cease and desist notice*”, secondo quanto Trustpilot ha riportato nella sua pagina “*Action we take*”, è inviata quando l’impresa persiste in una condotta (in questo caso l’utilizzo di *fake reviews*), per la quale ha già ricevuto un *warning*.

23. Inoltre, sempre secondo quanto affermato nelle citate segnalazioni, la piattaforma di recensioni *on line* Opinioni.it avrebbe individuato ed eliminato, tramite i propri sistemi anti-frode, centinaia di recensioni positive sui servizi di FR ritenendole non autentiche (di seguito, anche “recensioni positive”)¹⁴.

24. Dall’esame dei documenti ispettivi, è emerso il grande rilievo che i Professionisti attribuiscono alle recensioni *on line* e all’incremento di quelle positive, tanto che quest’ultimo è tra i KPI dei collaboratori di FR sulla cui base vengono definiti i premi (a mero titolo di esempio, cfr. [omissis]¹⁵ [omissis]¹⁶). Un’altra conferma dell’importanza per i Professionisti della

¹⁰ Cfr. doc. 4 del fascicolo istruttorio.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

¹¹ <https://it.trustpilot.com/review/www.facileristrutturare.it>

¹² Cfr. le rilevazioni acquisite agli atti del procedimento.

¹³ “***We’re currently investigating this company and the reviews on this page. In addition and in accordance with our «action we take» policy we have sent a formal cease and desist notice to this business after identifying fake reviews, including reviews that appear to be linked to the business and/or collected in a way that breaches our guidelines. In addition, we have also sent a formal cease and desist notice regarding unfair review collection. While we investigate, we’ll continue to remove any fabricated reviews detected by our automated systems and expert agents***” (grassetto nell’originale).

¹⁴ Cfr., in particolare, la segnalazione di Codacons, pag. 3.

¹⁵ [Omissis].

¹⁶ [Omissis].

diffusione *on line* di recensioni positive emerge da alcune *e-mail* acquisite in ispezione, scambiate, ad esempio, tra il dipartimento *Customer satisfaction* e i collaboratori di FR, tra cui diversi *Area Manager*¹⁷, quantomeno a partire dal mese di maggio 2022. Infine, tale circostanza è avvalorata anche dalla prassi dei Professionisti di chiedere, in sede di trattativa, ai consumatori insoddisfatti dall'esecuzione del contratto di appalto e che hanno avanzato contestazioni la rimozione delle recensioni negative pubblicate¹⁸ e di inserire nelle transazioni con i consumatori una clausola che ne preveda la rimozione, rafforzata da una penale a carico dell'aderente in caso di inadempimento.

25. Altri elementi che confermano la sussistenza della condotta in esame sono emersi dalle risposte alle richieste di informazioni pervenute da Trustpilot e Opinioni.it.

26. Nella risposta alla richiesta di informazioni, pervenuta il 5 giugno 2023, Trustpilot ha dichiarato che il proprio *Content Integrity team*, il 24 agosto 2021, aveva inviato una *warning email* a FR, a cui era seguita il 2 settembre 2021 (a causa del rinvenimento di ulteriori false recensioni riguardo a FR - “*Due to the detection of further fake reviews on Facile Ristrutturare’s profile page*”), una prima lettera di *Cease & Desist*. Il 6 settembre 2021, FR ha risposto a TP di aver analizzato e condiviso in maniera ancora più scrupolosa le regole di TP anche per prevenire qualsiasi, possibile errore involontario (“*reviewed and shared [Trustpilot’s] rules in an even more careful way, to prevent any possible and involuntary mistake*”). Successivamente, il 5 ottobre 2021, TP ha chiesto a FR di condurre un’indagine interna per determinare l’origine delle recensioni non autentiche (“*We therefore ask you to conduct an internal investigation to determine the source of review fabrication*”) e di chiarire ai propri dipendenti/collaboratori che non potevano pubblicare recensioni sui servizi di FR, anche ove ne avessero fruito come clienti (“*Please also make it clear to staff that, as per our guidelines, they’re never allowed to review the company they work for, even*

¹⁷ [omissis].

¹⁸ Cfr., ad esempio, l’allegato 5, pag. 3, della risposta di TrustPilot del 5 giugno 2023 e l’e-mail inviata da [omissis] a [omissis] il 6 marzo 2023, h. 17.34. Cfr. altresì la segnalazione di un consumatore del 31 marzo 2023 (prot. n. 33114), che allega una bozza di transazione (che afferma comunque di aver dovuto firmare) ove è presente la seguente clausola: “[omissis]- *Le Parti di comune accordo convengono che [omissis] in caso di mancata cancellazione di precedenti pubblicazioni, i Committenti dovranno corrispondere in favore di Facile Ristrutturare S.p.A. una penale convenzionalmente pattuita nella misura di [omissis] per ogni singolo episodio di violazione accertata da Facile Ristrutturare S.p.A. e con riserva di agire per il risarcimento del maggior danno subito in conseguenza di dette violazioni*”. Cfr. anche la transazione conclusa il 22 febbraio 2023 tra FR e [omissis] (doc. isp. 51) e la segnalazione del 27 marzo 2023 (prot. n. 31437).

if they've bought something or otherwise had an experience”).

A distanza di oltre un anno, il 6 gennaio 2023, TP ha inviato a FR una seconda lettera di *Cease & Desist*, ove ha indicato di aver nuovamente identificato e rimosso, nel periodo compreso tra il 1° agosto 2022 e il 5 gennaio 2023, numerose recensioni false e/o sospette¹⁹. In particolare, alla citata risposta di TP del 5 giugno 2023 sono state allegate più di [100-400] recensioni positive ritenute non autentiche²⁰.

27. Nella risposta alla richiesta di informazioni, pervenuta il 30 maggio 2023, Opinioni.it ha dichiarato di aver “*riportato solo alcuni degli esempi di indirizzi IP incrociati tra utenti. Alla data del 12 maggio 2023, sono [100-400] le opinioni respinte perché l'IP era comune ad altri utenti*”²¹ e che “*nei mesi di novembre e dicembre 2022 c'è stato il picco massimo di tentativi di pubblicazioni di opinioni del brand Facile Ristrutturare. In quel periodo abbiamo bloccato moltissimi indirizzi IP e moltissime opinioni venivano bloccate automaticamente evitando il salvataggio a database. Questo trend di pubblicazioni si è presentato anche a gennaio 2023, andando a diminuire da febbraio 2023*” (sottolineatura aggiunta)²².

28. In particolare, Opinioni.it ha indicato, a seguito di verifiche interne, di aver ricondotto direttamente numerose recensioni ad almeno [5-20] dipendenti/ collaboratori di FR (tra questi ci sono [1-5] utenti iscritti alla piattaforma di recensioni con indirizzo *email facileristrutturare.it*)²³. La prima segnalazione pervenuta alla piattaforma, il 17 luglio 2019, ha riguardato “[I]a recensione dell'utente [omissis] [sulla] società Facile Ristrutturare, inserita in data 21/03/2019, [che] risulta essere falsa infatti il signor [omissis] è un dipendente della stessa società come lo si evince dall'elenco dei propri professionisti pubblicato sul sito della società stessa”. Sul punto, Opinioni.it ha riportato lo *screenshot* del profilo LinkedIn di [omissis] dal quale risulta: “Architetto progettista presso Facile

¹⁹ Cfr. allegato 2, pag. 5 della risposta di TP “*Current situation Despite your attempts to rectify the situation we are still seeing a substantial amount of reviews which are being removed by our fraud detection engines for fake or suspicious patterns, such as: [omissis]*”, che “*our system has identified an unusual inflow of reviews on your Trustpilot business profile that started in August 2022 and peaked in December 2022, with a significant number of reviews being received during that time*” e che “*The reviews we have identified and removed [...] are predominantly reviews that we can link to your business sites. Most reviews are tied to the following locations you operate in: Bari in the Puglia region - Naples in the Campania region - Latina in the Lazio region - Catania in Sicily*”.

²⁰ Cfr. allegato 3, pagg. 38-62.

²¹ Cfr. pag. 36 della risposta.

²² Cfr. pag. 52 della risposta.

²³ Cfr. pagg. 39 ss. della risposta di Opinioni.it: [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it e [omissis]@facileristrutturare.it; [omissis].

Ristrutturare”, con esperienza “*Facile Ristrutturare - A contratto - mar[zo] 2018 - presente 5 anni 3 mesi*”: si tratta dunque di una collaborazione in corso a maggio 2023. Opinioni.it riferisce altresì che diversi altri collaboratori (attuali o precedenti) di FR hanno pubblicato, tramite i suoi servizi, recensioni non autentiche. A mero titolo esemplificativo e rinviando per il resto alla richiamata risposta, Opinioni.it ha citato i signori [omissis], dipendente di Advertoo S.r.l., società controllata al 100% da Renovars, [omissis], i cui profili LinkedIn richiamano la collaborazione con FR²⁴. In particolare, riguardo all’ “*Utente [omissis]*”, Opinioni.it ha indicato che “[q]uesto utente presenta incroci di indirizzi IP con altri utenti (in pratica, come per gli esempi di cui sopra, lo stesso IP dell’utente che amministra il brand *Facile Ristrutturare* è stato utilizzato da utenti che hanno scritto opinioni positive per *Facile Ristrutturare*)”²⁵. Inoltre, [omissis] risulta, ancora a maggio 2023, “*Area manager centro Italia - Facile Ristrutturare Business partner*”²⁶: si tratta, anche in questo caso, di una collaborazione in corso a maggio 2023²⁷.

29. Infine, conformemente alla risposta alla richiesta di informazioni inviata da TrustPilot, anche quella di Opinioni.it si riferisce alle sedi FR di Napoli (su cui v. *infra*) e Catania²⁸, nonché a un collaboratore della sede di Latina²⁹.

30. Successivamente, il 21 luglio 2023, è stata inviata a Opinioni.it una seconda richiesta di informazioni. In essa, si è fatto presente che nel file “*FR excel*”, allegato alla prima risposta, nello *sheet* “*Utenti collegati a IP*”, comparivano nominativi/indirizzi *e-mail* di almeno undici soggetti che appaiono dipendenti/collaboratori dei Professionisti³⁰. La collaborazione con

²⁴ Cfr. gli *screenshot* dei profili LinkedIn riportati nella risposta di Opinioni.it.

²⁵ Cfr. pag. 36 della risposta di Opinioni.it.

²⁶ “*A tempo pieno mar[zo] 2017 - Presente 6 anni 3 mesi – Account Manager Facile Ristrutturare – A tempo pieno mar[zo] 2017 - Presente 6 anni 3 mesi*”.

²⁷ Dalle verifiche svolte da Opinioni.it oltre ai dipendenti collaboratori di FR sopra menzionati (cui devono essere aggiunti [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it, [omissis]@facileristrutturare.it) risultano aver pubblicato recensioni positive su FR tramite Opinioni.it, ad esempio, i seguenti dipendenti/ collaboratori dei Professionisti: [omissis]. Secondo quanto affermato a pag. 18, nota 8, della Memoria Finale hanno pubblicato tramite Opinioni.it recensioni positive i seguenti dipendenti/collaboratori dei Professionisti in qualità di consumatori: “[omissis] (*quest’ultima, peraltro, è anche utente amministratore che può rispondere ai commenti del brand Facile Ristrutturare*)”.

²⁸ Cfr. le seguenti recensioni trascritte a pagg. 46 e 47 della risposta di Opinioni.it: “*Una coppia di cari amici ha ristrutturato la propria casa con Facile Ristrutturare (Catania). Sono rimasta meravigliata rientrando nell’appartamento alla conclusione dei lavori, sembra tutta un’altra cosa!*” e “*Ho ristrutturato la mia casa con Facile Ristrutturare di Catania. Sono super soddisfatto di come l’architetto assegnatomi mi ha accompagnato in questo percorso, dal sopralluogo fino alla consegna e di come l’impresa ha lavorato in tempi super veloci e con cura del dettaglio*”.

²⁹ “*Testo utente [omissis] [...] Consiglierei fortemente Facile Ristrutturare, l’ho già fatto con mia nipote che ora sta ristrutturando con loro e si sta trovando molto bene, le hanno affidato un architetto su Latina molto giovane e competente, oltre che disponibile come il mio*”, cfr. pag. 3 della risposta di Opinioni.it.

³⁰ [Omissis].

i Professionisti è risultata, in un caso, dall'estensione dell'indirizzo *e-mail* [omissis]@renovars.com e negli altri dal contenuto delle pagine <https://www.facileristrutturare.it/architetti-progettisti/> e https://www.facileristrutturare.it/responsabile_tecnico/, che riportano l'elenco degli architetti collaboratori e degli *store manager* di FR³¹. Secondo quanto hanno affermato dai Professionisti nella Memoria Finale³², due di essi (gli architetti [omissis]) avrebbero sì pubblicato recensioni positive, ma nella veste di “consumatori”.

31. In proposito, secondo quanto ha indicato Opinioni.it nella propria risposta del 26 luglio 2023, questi nominativi/indirizzi *e-mail* presentano “*incroci di IP*” con soggetti che hanno pubblicato opinioni positive su FR ritenute non autentiche³³. In particolare, si tratta, in alcuni casi, di “*opinioni ricorsive, pubblicate a poche ore di distanza con dati di pubblicazione identici (IP, useragent, ISP, Nazione, Località)*”³⁴. Sul punto, a mero titolo esemplificativo e rinviando alla risposta di Opinioni.it, si veda quanto riferito riguardo a un architetto collaboratore e a uno *store manager* di FR (*arch.* [omissis]@gmail.com username: [omissis], località Bari³⁵ e [omissis]@gmail.com - [omissis], località Napoli³⁶).

³¹ Cfr. le rilevazioni effettuate il 19 e 20 luglio, nonché il 18 settembre 2023 sul sito di FR.

³² Cfr. pag. 18, nota 8, della Memoria Finale.

³³ L'indirizzo [omissis]@yahoo.it - [omissis] presenta pure “*un'opinione pubblicata con la login [omissis]*”.

³⁴ Cfr., ad esempio, quanto affermato a pagg. 25 ss. e 34 ss., della risposta.

³⁵ “*arch.[omissis]@gmail.com username: [omissis] [...] Questo utente non ha alcuna opinione pubblicata con la login [omissis] - presenta due incroci di IP: [omissis]. In entrambi gli indirizzi IP compare l'utente con login [omissis] con [...] dati registrati da Facebook. Questo utente ha pubblicato l'opinione n. [omissis] sul brand Facile Ristrutturare in data [omissis]/03/2022 alle ore [omissis] dall'indirizzo IP [omissis] [...] nazione: IT, località Bari*”. L'opinione scritta riporta come titolo: “*Professionalità, serietà e qualità*” e come contenuto: “*Ho ristrutturato la mia casa con Facile Ristrutturare sede Bari, li ho conosciuti tramite Business Partner, ho trovato da subito delle persone molto cordiali e gentili, successivamente una volta ottenuto un preventivo soddisfacente e coerente con le mie esigenze si è partiti con il cantiere che è stato gestito con professionalità e puntualità su ogni richiesta. Il direttore dei lavori un'ottima Architetta ha portato avanti i lavori in sinergia con le ditte assolutamente eccellenti. Miracolo dei miracoli la casa è stata consegnata con anticipo rispetto alla data stabilita e dunque cosa dire di più'. Grazie ancora, da consigliare assolutamente.*

Vantaggi Grandissima professionalità

Svantaggi Non ho avuto nessun tipo di disagio

Consigliaresti ad un amico Sì”.

³⁶ “[omissis]@gmail.com [omissis] [...] Questo utente non ha alcuna opinione pubblicata con la login [omissis]- presenta otto incroci di IP: [...] Con l'indirizzo IP [omissis] sono presenti due opinioni sul brand Facile Ristrutturare scritte da: [omissis] email [omissis]@gmail.com; - Email [omissis]@yahoo.it Nome [omissis] Cognome [omissis] Email [...] Città Napoli [...]”

Opinione pubblicata da [omissis] il [omissis]/10/2021 alle ore [omissis] ID: [omissis] Titolo: ottimo servizio IP: [omissis] Risoluzione: 2880x1800 ISP: Telecom Italia Business Tipo Connessione: Cable/DSL Nazione: IT Località: Naples. L'opinione scritta riporta come titolo: “*Ottima azienda*” e come contenuto: “*Ho scelto l'azienda per il poco tempo a disposizione e per il servizio offerto con a capo un tecnico. Il risultato ottenuto è stato sopra le mie aspettative, non sono mancati i cambiamenti in corso e gli imprevisti ma tutto gestito con supervisione, controllo e trasparenza. Dopo anni sono ancora soddisfatta, soprattutto della cortesia che ancora oggi trovo nell'arch. [omissis] che mi supporta senza riserve in ogni cosa.*

32. Inoltre, conformemente alla risposta alla richiesta di informazioni inviata da TrustPilot, anche la seconda risposta di Opinioni.it si riferisce alla sede FR di Bari³⁷.

33. Con riferimento a entrambe le risposte di Opinioni.it - cui i Professionisti hanno avuto accesso il 2 agosto 2023 - i nominativi di diversi collaboratori ivi citati risultano ancora rinvenibili, alla data del 18 e del 25 settembre 2023, a partire dalle pagine <https://www.facileristrutturare.it/architetti-progettisti/> e https://www.facileristrutturare.it/responsabile_tecnico/³⁸.

34. In questo contesto, i Professionisti hanno dichiarato, nella Memoria Difensiva e in quella Finale, di aver avviato, “*a valle dei rilievi sollevati dai segnalanti, nonché delle misure attuate dalle Piattaforme*”³⁹, indagini interne per verificare l’autenticità delle recensioni pubblicate su Trustpilot e Opinioni.it. *[Da tali indagini è emerso che un certo numero di recensioni positive erano riconducibili a casi “dubbi” ([10-30] casi), per cui i clienti hanno rappresentato di non aver personalmente scritto loro la recensione (tutte concentrate presso un’unica sede). Dunque, FR si è recata presso lo Show Room di Napoli per ottenere informazioni da alcuni collaboratori della Società (in particolare [2-10] Store Manager e [10-20] architetti) cui erano riconducibili i cantieri recensiti nelle [10-30] recensioni dubbie. All’esito di tale verifica, la Società ha appurato che [1-5] recensioni erano*

Hanno, rispettando tempi e costi, realizzato le mie richieste e le mie esigenze. La consiglieri ancora oggi, senza riserve.

Vantaggi efficiente

Svantaggi nessuno

Consiglierei ad un amico Sì”.

Opinione pubblicata da [omissis] il [omissis]/11/2022 alle ore [omissis] ID: [omissis] Titolo: lavori 2023 IP: [omissis] Risoluzione: 1920x1080 ISP: Telecom Italia Business Tipo connessione: Cable/DSL Nazione: IT Località: Naples [L’opinione scritta riporta come titolo: “lavori 2023” e come contenuto: “Prima di affidarmi a Facile Ristrutturare ho fatto diversi preventivi e incontrato diversi architetti, la formula del chiavi in mano per me che lavoro molto l’ho trovata impagabile. Sono stata seguita in appuntamento e poi nell’ufficio di Via [omissis] dall’architetto e la sua responsabile, mi hanno illustrato progetto e preventivo e fatto un’ottima impressione oltre che una presentazione che mi ha emozionata! Prossima settimana andiamo a scegliere i materiali per iniziare i lavori al più presto. Vi aggiornerò sui lavori!

Vantaggi seguita su tutto

Svantaggi ancora nessuno

Consiglierei ad un amico Sì”] L’indirizzo IP di questi due utenti era comune all’utente richiestoci: [omissis]”.

Sempre a titolo di esempio, [omissis] è uno degli *store manager* dei Professionisti per cui sono stati richiesti ulteriori approfondimenti a Opinioni.it. e per cui la piattaforma indica, nella citata risposta, che “*con il medesimo indirizzo IP associato alla login [omissis] troviamo un altro utente (da Voi richiesto in questa PEC) [omissis]@gmail.com [omissis] [altro collaboratore di FR oggetto della richiesta e] [c]on l’indirizzo IP [omissis] sono presenti due opinioni [positive] sul brand Facile Ristrutturare*” (cfr. pagg. 11 ss., della risposta di Opinioni.it del 26 luglio 2023).

³⁷ Cfr. la recensione riportata alla precedente nota n. 27.

³⁸ Riguardo alla prima risposta di Opinioni.it si vedano, ad esempio, i seguenti nominativi: [omissis].

³⁹ Cfr. quanto testualmente affermato nella Memoria Difensiva, pag. 8.

riconducibili a propri collaboratori]⁴⁰ [Omissis].

(ii) L'impiego del dato "98% di clienti soddisfatti".

35. Con riferimento al *claim* "98% [di] clienti soddisfatti", utilizzato dai Professionisti nelle loro comunicazioni commerciali, non sono stati chiariti i criteri di definizione. In proposito, da rilevazioni effettuate d'ufficio, è risultato che il *claim* "98% [di] clienti soddisfatti" era stato impiegato nella comunicazione commerciale diffusa da FR alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>⁴¹. Tale *claim* era diffuso tramite una pagina chiaramente riferibile ai Professionisti, ove era agevolmente raggiungibile con un rapido *scroll*, ed era enfatizzato nell'ambito dell'importante *partnership* con la Nazionale di calcio e la FIGC⁴².

36. Sul punto, le evidenze ispettive hanno confermato che il dato reale di soddisfazione dei clienti di FR era ben lontano dalla percentuale del 98% pubblicizzata dai Professionisti.

37. Anzitutto, nel verbale ispettivo del 23 marzo 2023 e nel suo allegato 1 sono contenute le dichiarazioni: (a) del dott. [omissis], direttore *marketing* del gruppo Renovars S.p.a. e amministratore delegato di Advertoo S.r.l., controllata al 100% da Renovars S.p.A., il quale ha dichiarato, riguardo al *claim*: "98% [di] clienti soddisfatti", che "si tratta di un dato vecchio, antecedente alla mia gestione, di cui non ero a conoscenza"⁴³ e (b) del dott. [omissis], responsabile della *Customer Experience* di Renovars, il cui ufficio svolge anche assistenza ai clienti e gestione degli avvisi dei clienti per FR, il quale ha dichiarato: "di non aver fornito i dati a sostegno della dicitura "98% [di] clienti soddisfatti"; inoltre, ha precisato che: "tale dato, in ogni caso, non è stato fornito dall'Ufficio Customer Experience che dirige".

38. Inoltre, anche alcuni documenti ispettivi riguardanti specificamente la

⁴⁰ Cfr. pagg. 8 e 9 della Memoria Difensiva; cfr. quanto analogamente affermato a pag. 11 della Memoria Finale.

⁴¹ Cfr. le rilevazioni effettuate alla richiamata pagina in data 27 febbraio, 7 e 16 marzo 2023, acquisite agli atti del presente procedimento.

⁴² Cfr. le rilevazioni effettuate d'ufficio ad esempio il 7, il 16 e il 22 marzo 2023, alla citata pagina, dove comparivano le immagini di Roberto Mancini e Paola Marella (noti testimonials di FR). L'importanza di tale *partnership* è provata, anche dalla circostanza che la stessa, al 12 settembre e al 22 novembre 2023, è ancora pubblicizzata sulla *home page* del sito di FR e dal fatto che la rivista cartacea "Facile Ristrutturare Magazine n. 12 - La nostra azienda", reperita in ispezione (doc. isp. cartaceo n. 2.4) riportava sulle copertine le immagini di Roberto Mancini e Paola Marella.

⁴³ Il dott. [omissis] dichiara di aver assunto la responsabilità dell'attività di *marketing* di Facile Ristrutturare S.p.A., curandone le campagne di comunicazione *on line* e *off line* inclusa la pubblicità, a [omissis] 2021.

percentuale dei clienti soddisfatti dai servizi di FR, nel corso del 2022 e nei primi mesi del 2023 (di seguito citati a mero titolo esemplificativo) hanno confermato ulteriormente, in maniera inequivocabile, la non correttezza e falsità del predetto *claim*. Rilevano, in particolare, i seguenti documenti:

(A) dal doc isp. “*VOC REPORT - Consuntivo 2022*” (datato 27 gennaio 2023⁴⁴), è emerso, rispetto ai servizi effettuati da FR, che:

(i) dalle “*interviste effettuate feb[braio]-dic[embre] 2022*” i “*Detractor*” sono circa il [50-70%], i “*Passive*” circa il [10-30%] e i circa “*Promoter*” il [10-30%] ([*omissis*])⁴⁵;

(ii) il dato dei clienti che i Professionisti (rispettivamente per il “*Voto medio domanda finale qualità 2022*”⁴⁶ e per il “*Voto medio domanda finale qualità + 60 2022*”⁴⁷, cioè 60 giorni dopo la conclusione del cantiere) definiscono “*Completamente insoddisfatt[i]*” varia tra il [20-40%] e il [20-40%] e quello dei clienti “*Completamente soddisfatt[i]*” tra il [10-30%] e il [10-30%]. Dunque, anche a voler ritenere “*soddisfatti*”, per ipotesi, tutti i clienti diversi da quelli “*Completamente insoddisfatt[i]*”, il dato di soddisfazione non può superare il [50-70%];

(iii) il voto medio finale di qualità (risposta alla domanda “*Consigliaresti FR a parenti e amici?*”) oscilla, nel periodo febbraio-dicembre 2022, tra [4-6/10] (“*Voto medio domanda finale qualità 2022*”, per cui risultano *Detractor* [50-70%], *Passive* [10-30%] e *Promoter* [10-30]) e [4-6/10] (“*Voto medio domanda finale qualità + 60 2022*”, per cui risultano *Detractor* [50-70], *Passive* [10-30] e *Promoter* [10-30]).

Fig. 1 e 2 “*VOC REPORT - Consuntivo 2022*” - *Voto medio domanda finale qualità 2022 e Voto medio domanda finale qualità + 60 2022*

[*OMISSIS*]

[*OMISSIS*]

⁴⁴ Doc. isp. 233.

⁴⁵ Cfr. pag. 5 del documento. A pag. 4 è riportato il dato quantitativo delle interviste: [5.000-15.000] “*interviste EFFETTUATE dallo 01/02/2022 al 31/12/2022*”.

⁴⁶ Secondo questo documento nel 2022 sono state condotte, riguardo a questo aspetto [2.000-4.000] interviste di qualità e in [500-1500] casi il cliente ha rilasciato un commento spontaneo per valorizzare il voto (cfr. pag. 14).

⁴⁷ Secondo questo documento nel 2022 sono state condotte, riguardo a questo aspetto [2.000-4.000] interviste di qualità e in [500-1.500] casi il cliente ha rilasciato un commento spontaneo per valorizzare il voto (cfr. pag. 15).

(B) Nel doc. ispettivo “*Report CX FR - [omissis]FR Gennaio 2023*” (datato 6 febbraio 2023⁴⁸), alla domanda “*Con quale possibilità consiglierebbe Facile Ristrutturare ad amici e parenti?*” risponde positivamente il [10-30%] degli intervistati, un altro [10-30%] si dichiara neutrale e il [50-70%] risponde negativamente. Sempre secondo il citato documento, nel mese di gennaio 2023 i “Detractor” sono stati il [40-60%] contro il [50-70%] di dicembre 2022; i “Passive” il [10-30%] a gennaio 2023 contro il [10-30%] a dicembre 2022; i “Promoter” il [10-30%] a gennaio 2023 contro il [10-30%] a dicembre 2022. Dunque, per i mesi di dicembre 2022 e gennaio 2023 anche a voler sommare, come ipotesi, il dato dei clienti “Promoter” e quello dei clienti “Passive”, la percentuale di soddisfazione appare rispettivamente del [40-60%] e del [40-60%] e dunque decisamente lontana dal dato pubblicizzato del 98%.

(C) Nel doc. ispettivo “*VOC REPORT - GENNAIO 2023*” (datato 7 febbraio 2023⁴⁹) dalle “*interviste effettuate [a] gennaio 2023*” i “Detractor” sono circa il [50-70%], i “Passive” circa il [10-30%] e i “Promoter” circa il [10-30%] ([omissis]).

(D) Nel documento ispettivo “*VOC REPORT - febbraio 2023*” (datato 10 marzo 2023⁵⁰):

(i) “*dalle interviste effettuate a febbraio 2023*” i “Detractor” risultano circa il [50-70%], i “Passive” circa il [10-30%] e i “Promoter” circa il [10-30%] ([omissis]);

(ii) sia per il “*Voto medio domanda finale qualità febbraio 2023*”⁵¹ sia per il “*Voto medio domanda finale qualità + 60 febbraio 2023*” i Professionisti commentano che “[omissis]” (nel primo caso: cliente “*Completamente insoddisfatto [10-30%]*” e “*Completamente soddisfatto [10-30%]*”; nel secondo “*Completamente insoddisfatto [10-30%]*” e “*Completamente soddisfatto [10-30%]*”)⁵². In particolare, in relazione al “*Voto medio domanda finale qualità febbraio 2023*”, i Detractor sono il [40-60%], i Passive sono il [20-40] e i Promoter sono il [10-30%]; riguardo al “*Voto medio domanda finale qualità + 60 febbraio 2023*”, i Detractor sono il [40-60%], i Passive sono il [10-30%] e i Promoter sono il [10-30%]. Pure tali dati appaiono dunque incompatibili con quello di soddisfazione del 98% contestato in avvio.

⁴⁸ Doc. isp. 29.

⁴⁹ Doc. isp. 236.

⁵⁰ Doc. isp. 234 e 235.

⁵¹ Pag. 5 del documento.

⁵² Pagg. 14 e 15 del documento.

39. Secondo quanto affermato nella Memoria Difensiva, il *claim* in esame “è rimasto online a partire dal 24 dicembre 2022 [senza tuttavia provare tale decorrenza] ed è stato eliminato dalla relativa pagina in data 26 marzo 2023”, cioè tre giorni dopo l’ispezione dell’Autorità.

40. Quanto sopra dimostra la scorrettezza del *claim* “98% [di] clienti soddisfatti” sulla base della stessa documentazione interna reperita in ispezione presso i Professionisti.

B) L’applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA agevolata (“Pratica commerciale sub B”)

41. Secondo la richiamata segnalazione di Codacons e un’altra segnalazione⁵³, FR avrebbe aumentato il prezzo delle forniture dei materiali acquistati suo tramite dai consumatori presso i propri fornitori *partner* in caso di applicabilità dell’aliquota agevolata IVA del 10% in luogo di quella ordinaria al 22%. In particolare, le richiamate segnalazioni hanno descritto questo meccanismo di acquisto dei materiali di finitura: FR avrebbe fatto sottoscrivere ai consumatori “una proposta commerciale emessa direttamente dal fornitore dei materiali, ma intestata a Facile Ristrutturare quindi con l’IVA al 22%”; successivamente, “Facile Ristrutturare si riappropria dell’aspetto riscossione. Riemette quindi un preventivo proprio e stacca una fattura al cliente con l’IVA al 10%. Il prezzo complessivo dovrebbe quindi scendere rispetto a quello con l’IVA al 22%, invece rimane invariato!”; in questo modo FR ha aumentato il prezzo imponibile al netto dell’IVA, “azzerando” il vantaggio che il consumatore avrebbe potuto trarre dall’applicazione dell’IVA agevolata al 10%. La conferma dell’applicazione di un costo ulteriore e non dichiarato al consumatore, in caso di IVA al 10%, secondo questa segnalazione, sarebbe rinvenibile nelle “Linee guida per i collaboratori” di FR.

Sull’applicazione di tale costo, tra la fine di febbraio e l’inizio di marzo 2023, FR si era limitata ad affermare, in modo del tutto generico nella FAQ, “Come viene gestito l’acquisto dei materiali?” (pubblicata sul proprio sito), che “Facile Ristrutturare applica generalmente un mark-up alle vendite dei prodotti”⁵⁴, senza alcun ulteriore chiarimento e specificazione.

⁵³ Cfr. doc. 4 del fascicolo istruttorio.

⁵⁴ Cfr. le rilevazioni effettuate alla pagina <https://www.facileristrutturare.it/faq/> il 27 febbraio ed il 7 marzo 2023.

Reclami rinvenuti in ispezione e segnalazioni pervenute all'Autorità

42. In proposito, nel corso dell'ispezione è stato rinvenuto il documento citato in avvio⁵⁵, denominato “*Indicazioni [omissis] - 3 febbraio 2023 - Linee guida per i collaboratori*”. Conformemente a quanto contestato, il par. 6 delle “*Linee guida per i collaboratori*”, intitolato “*Perché sono emerse incongruenze nella fatturazione dei materiali, con modifiche dell'imponibile in corso d'opera?*”, afferma che: “*Le operazioni sono sempre state pienamente conformi alla normativa vigente e non pregiudizievoli per il cliente. Nello specifico, i clienti possono scegliere in autonomia se gestire personalmente l'acquisto dei materiali (pagando l'IVA al 22%), oppure affidarne la gestione a Facile Ristrutturare (a cui si applica un'imposizione pari al 10%). Per i clienti che sceglievano di appoggiarsi alla gestione di Facile Ristrutturare, si applicava come da policy aziendale condivisa con il cliente un ricarico del 10%. Il costo finale per il cliente rimaneva dunque il medesimo. Per rendere ancor più trasparente e chiaro il processo, nei mesi scorsi abbiamo avviato una revisione e, a partire dal 1° gennaio 2023, abbiamo introdotto modelli di fatturazione ancora più chiari per il cliente” (sottolineatura aggiunta).*

43. Inoltre, dai documenti ispettivi sono rinvenibili almeno tre reclami di consumatori inerenti tale problematica, dai quali emerge chiaramente l'applicazione unilaterale e non dichiarata di tale costo, che si riportano in nota a titolo puramente esemplificativo⁵⁶.

⁵⁵ E-mail del 4 febbraio 2023, h. 8.13 di [omissis], rinvenuta in ispezione, per l'invio alla rete dei collaboratori di FR.

⁵⁶(1) E-mail 23 febbraio 2023 h. 19:33:50 da @gmail.com a [omissis]@facileristrutturare.it “*come da intese con la videotelefonata con l'arch. [omissis] e arch. [omissis], sono a scrivere la presente mail in merito ai costi di gestione che sono stati applicati all'acquisto dei materiali di «finitura» (porte, piastrelle, pavimenti, rubinetteria, mobili bagno, ecc.). **Costi di gestione che non mi erano stati esposti e che in effetti non sono riportati in alcun modo nel contratto e da me firmato nel Novembre 2022.** Inoltre durante la telefonata ricevuta il 22/02/'23 dalla Facile Ristrutturare S.p.A. di Roma a cui ho esposto la questione mi è stato detto che: per puntare al soddisfacimento del cliente e poiché il contratto è ante 2023, si sarebbe potuto venire incontro applicando uno sconto del 50% a tali spese” (grassetto aggiunto).*

(2) E-mail del 28 febbraio 2023, da [omissis]@pec.ording.roma.it a A: facileristrutturarespa@pec.it “**FA FEDE L'IMPONIBILE RIPORTATO SUL PREVENTIVO DI [omissis] UTILIZZATO PER LA CONFERMA D'ORDINE E NON QUELLO RIPORTATO SUL PRO FORMA CON VOSTRA CARTA INTESTATA IN CUI E' STATO UNILATERALMENTE MAGGIORATO SENZA ALCUN RIFERIMENTO A CONDIZIONI CONTRATTUALI O NORMATIVE CHE DI FATTO NON SUSSISTONO.** [...] vi sollecito nuovamente a procedere con il rimborso di quanto indebitamente addebitato nella sua interezza, in quanto è bene ribadirlo ulteriormente, l'irregolarità contestata è nell'aver innalzato l'imponibile di riferimento su cui applicare l'iva prevista da decreto al 10% come riportato nello schema già condiviso e che per comodità riporto nuovamente a seguire”.

44. Nel corso dell'ispezione sono stati, altresì, acquisiti, presso la sede dei Professionisti, tre preventivi riguardanti il 2022 da cui si evince chiaramente l'aumento unilaterale dell'imponibile dei materiali per le ristrutturazioni in caso di loro acquisto tramite FR. In particolare, si tratta del: (i) “preventivo [omissis] del [omissis]/08/2022 totale complessivo IVA esclusa € 17.134,06” a cui corrisponde un preventivo di [omissis] (intestato a FR e firmato dal consumatore) per un imponibile di €15.448,74 e un importo con IVA al 22% di € 18.847,46⁵⁷ (aggiungendo a 17.134,06 il 10% di IVA agevolata si ottiene € 18.847,46); (ii) “preventivo del [omissis]/11/2022 totale complessivo IVA esclusa € 13.773,01”, a cui corrisponde un preventivo di [omissis] (intestato a FR e firmato dal consumatore) per un imponibile di € 12.418,29 e un importo con IVA al 22% di € 15.150,31⁵⁸ (aggiungendo a 13.773,01 il 10% di IVA agevolata si ottiene €15.150,31) e (iii) “preventivo del [omissis]/12/2022 totale complessivo IVA esclusa € 8.594,83”, a cui corrisponde un preventivo di [omissis] (intestato a FR e firmato dal consumatore) per un imponibile di €7.749,44 e un importo con IVA al 22% di €9.454,31⁵⁹ (aggiungendo a 8.594,83 il 10% di IVA agevolata si ottiene € 9.454,31).

45. Ulteriormente, dal 24 marzo 2023, sono pervenute all'Autorità almeno

	CONFERMA ORDINE [omissis]	FATTURA FACILE RISTRUTTURARE	DELTA
IMPONIBILE	11.529,55	12.787,32	1.257,77
IVA	2.536,50	1.278,73	1.257,77
NETTO IN FATTURA	14.066,05	14.066,05	
% IVA	22%	10%	

E-mail del 22 febbraio 2023 10:41 da [omissis]@pec.ording.roma.it a Facileristrutturaespa@pec.it “*Rimango in attesa di riscontro sul tema dell'errata imputazione iva [...] Non ci sono dubbi da fugare, fa testo l'imponibile riportato nella conferma d'ordine inviata ad [omissis] e che dalla vostra società è stato senza giustificazione maggiorato*” (grassetto nell'originale). Con riferimento a quest'ultimo caso [omissis] scrive, tra gli altri, a [omissis] (mail 22 febbraio 2023 14:49 rinvenuta in ispezione) “*L'imponibile che il cliente si aspettava era di 11.529,55 diversamente dai 12.787,32 che gli sono stati fatturati. Ti preciso che è un preventivo sconto in fattura. Di seguito un prospetto riepilogativo di quanto dovrà essere rimborsato al cliente (Euro 692)*”.

(3) E-mail da [omissis] del 22 marzo 2023 con allegata la diffida inviata dall'avv. [omissis] per conto dei “*Sig.ri [omissis] di agire giudiziariamente nei Vostri confronti onde ottenere la restituzione della somma di € 3.322,90 quale differenza fra l'IVA al 22% e l'IVA al 10% versata con riferimento al contratto di appalto stipulato il 28 gennaio 2021 (All.1). Infatti, in occasione del pagamento da questi corrisposto alla Facile Ristrutturare SPA che ha fatto da intermediario per l'acquisto dei materiali presso il negozio [omissis] di Roma, di cui alla fattura n.7514 del 17/03/2021 (All.2), la somma di € 27.691,01 per la merce al netto dell'IVA è stata illegittimamente gonfiata al fine di far figurare nella fattura il 10% di IVA laddove i miei clienti hanno corrisposto effettivamente il 22% di IVA, per un totale di € 33.783,03 (All.3)*” (enfasi aggiunte).

⁵⁷ Doc. isp. cartaceo 2.5.

⁵⁸ Doc. isp. cartaceo 2.7.

⁵⁹ Doc. isp. cartaceo 2.6.

ventisei segnalazioni di consumatori che hanno tutte lamentato l'aumento unilaterale e non dichiarato dell'imponibile dei materiali per le ristrutturazioni in caso di acquisto tramite FR con sconto in fattura del 50%⁶⁰.

46. In particolare, secondo una segnalazione pervenuta all'Autorità⁶¹ riguardante un contratto di appalto concluso a gennaio 2021, *“è stato applicato il 10,7% di maggiorazione sulle fatture di finiture (infissi e pavimenti vari) che l'architetto [omissis] di Facile Ristrutturare (che ci seguiva il cantiere) ci motivò come interessi bancari su una mail di risposta, cosa che comunque né sul contratto né a voce ci era mai stato anticipato”*. Secondo la citata e-mail allegata alla segnalazione, ed inviata da [omissis]@facileristrutturare.it al segnalante il 29 marzo 2021: *“Vi giro il preventivo di [omissis], funziona così: dovete guardare i prezzi senza iva, aggiungere il 10,7% di interessi bancari, dividere per due e aggiungere iva al 10%”*.

47. Secondo un'altra segnalazione⁶², riguardante un contratto di appalto concluso a maggio 2022, i consumatori avrebbero *“rilevato un aumento del 10,91% dell'imponibile nelle fatture relative a forniture acquistate tramite Facile Ristrutturare presso fornitori partner, del quale non eravamo mai stati informati. Abbiamo contattato l'azienda chiedendo il rimborso dell'aumento immotivato ma non abbiamo mai avuto risposta”*.

48. In un'ulteriore segnalazione riguardante un contratto di appalto concluso a maggio 2022, il consumatore afferma testualmente: *«Allegato «materiale rifiniture»: Fornitore consigliato da FR. In alto vi è la fattura*

⁶⁰ Si vedano le seguenti segnalazioni, a titolo di esempio.

(1) Segnalazione - 13 aprile 2023 (prot. n. 36219): preventivo ceramiche [omissis] del 26 febbraio 2022 (intestato a FR e firmato dalla consumatrice) per un totale di **6089,56** € al netto dell'IVA al 22%, 7429,26 € applicando l'IVA al 22%; preventivo n. 907/2022 del 9 maggio 2022 - fornitore ceramiche [omissis] *“Totale complessivo IVA esclusa € 6.753,88”* che, aggiunta IVA al 10% dà come risultato 7429,26.

(2) Segnalazione - 12 aprile 2023 (prot. n. 35933): preventivo [omissis] del 4 gennaio 2021 (intestato a FR per conto del cliente e firmato da quest'ultimo) **9.761,20** € al netto dell'IVA (sulla base di un calcolo con applicazione di IVA al 22% il costo totale sarebbe 11.908,67 €); preventivo FR dell'11 gennaio 2021 (firmato dal consumatore) per **10.826,06** € IVA esclusa; fattura n. 907 del 20/01/2021 di FR *“**Imponibile: 10.826,06** € IVA: 1.082,61 € Subtotale: 11.908,67 €”*.

(3) Segnalazione - 3 aprile 2023 (prot. n. 33401): preventivo [omissis] dell'11 luglio 2022 (intestato a FR per conto del cliente e da quest'ultimo firmato), **imponibile 7155,51** € con IVA al 22% per un totale di 8729,72 €, *proforma* n. 24919 del 10 agosto 2022 di FR *“**Imponibile: 7.936,11** €, IVA: 793,61 €, Subtotale: 8.729,72 €”*.

(4) Segnalazione - 4 aprile 2023 (prot. n. 33968): preventivo [omissis] del 23 gennaio 2021 (intestato a FR per conto del cliente e da quest'ultimo firmato) **imponibile 15.617,58** € con IVA al 22% per un totale di 19.053,45 €. Preventivo n. 128/00 del 17 maggio 2021 di FR *“**totale complessivo IVA esclusa 17.321,32”*** (firmato dal cliente); Fattura di FR n. 17216 del 19/05/2021 *“**Imponibile: 17.321,32** €, IVA: 1.732,13 €, Subtotale: 19.053,45 €”*.

⁶¹ Prot. n. 31438 del 27 marzo 2023.

⁶² Prot. n. 61523 del 18 luglio 2023.

consegnataci dal fornitore dopo aver scelto i vari materiali (piastrelle, rubinetteria, vasca, doccia...) in cui vi è un imponibile di 16.282,76 con iva al 22% (3.582,21) e un totale di 19.864,97. In basso, invece, è riportato il proforma con un imponibile superiore 18.059,06 (rispetto al fornitore) ed iva al 10% (1.805,91) e un totale che coincide con quello del fornitore. In questo caso poi il pagamento era sul 50% del totale.

Allegato «condizionatori»:

Anche in questo caso, Fornitore consigliato da FR. Nel primo blocco c'è il preventivo del fornitore per un totale di 3.765,89. Nel secondo blocco è il preventivo con l'aggiunta dell'iva al 10% (4.176,71). Nel terzo blocco invece c'è il riepilogo del proforma dove viene applicata nuovamente l'iva al 10% sul totale ivato precedente. Ovviamente, anche qui abbiamo pagato il 50% del totale». La segnalazione prosegue riportando la risposta dei collaboratori dei Professionisti alle richieste di chiarimento del consumatore: «[h]o scritto, fra le varie cose, al manager dello store che mi ha risposto con testuali parole. Copio incollo: «In riferimento all'ordine delle finiture in fattura si è ritrovato l'iva al 10% calcolata sull'imponibile ricalcolato dal preventivo fornitore sul quale era applicata l'iva al 22%»». Il segnalante conclude che «Ovviamente al chiarimento su «ricalcolo dovuto a cosa e perché» è piombato il silenzio»⁶³.

49. Dunque, i Professionisti, anche tramite i loro dipendenti/collaboratori, hanno provato a giustificare l'aumento dell'imponibile ai consumatori, riferendosi in modo contraddittorio, ad esempio, a “*interessi bancari*” e a un “*imponibile ricalcolato dal preventivo fornitore sul quale era applicata l'iva al 22%*”.

50. La Memoria Difensiva e quella Finale, le *slide* esposte dai Professionisti nel corso dell'audizione del 14 giugno 2023 e allegate al verbale, riguardanti le loro argomentazioni difensive e la proposta di impegni hanno confermato l'applicazione di questo meccanismo⁶⁴.

51. La Memoria Difensiva dichiara che i Professionisti hanno applicato, riguardo ai consumatori, “*il ricarico del 10% sul prezzo dei materiali per la ristrutturazione [...] a partire dal 1° gennaio 2021 e fino all'8 gennaio 2023*”⁶⁵.

⁶³ Cfr. la segnalazione del 5 settembre 2023, prot. n. 71500, ove sono allegati pure gli *screenshot* di preventivi del fornitore, dei preventivi di FR e dei *pro forma* di FR messi a confronto.

⁶⁴ Cfr. la Memoria Difensiva, pag. 14, secondo cui, all'esito di questa operazione, “*il prezzo finale che il cliente andrà a pagare sarà il medesimo di quello sottoscritto nel Preventivo Fornitore*” [omissis]; cfr. conformemente la Memoria Finale, pagg. 26 ss.

⁶⁵ Pag. 16 della Memoria Difensiva.

3) Le argomentazioni difensive dei Professionisti

52. In data 24 aprile e 27 novembre 2023 FR e Renovars S.p.A. hanno trasmesso memorie difensive.

53. Di seguito sono esaminate le argomentazioni difensive, rispettivamente, con riferimento sia alle due condotte che compongono la prima pratica, sia alla seconda pratica.

A) Impiego di recensioni on line e di dati sulla soddisfazione dei clienti non veritieri.

(i) L'impiego di recensioni on line non autentiche.

54. In primo luogo, i Professionisti hanno sostenuto: *(i)* di aver agito conformemente al grado di diligenza professionale concretamente esigibile in base alle circostanze del caso concreto; *(ii)* che l'analisi della documentazione citata a sostegno rivelerebbe l'infondatezza della contestazione e *(iii)* che la condotta contestata non avrebbe, comunque, alterato la scelta economica dei consumatori.

55. Riguardo al primo profilo, non esisterebbe *“alcuna previsione che imponga alle aziende recensite di sostituirsi alle Piattaforme”* nel controllo della veridicità delle recensioni pubblicate; per cui, anche in base al precedente dell'Autorità nel caso *Tripadvisor* (PS9345), quest'onere di verifica ricadrebbe esclusivamente sulle piattaforme. Ne consegue che i Professionisti non potrebbero *“essere chiamat[i] a rispondere per una condotta scorretta posta in essere a [loro] insaputa da alcuni dipendenti e collaboratori”*.

Inoltre, i Professionisti non sarebbero divenuti consapevoli di questo fenomeno con la lettera di *“Cease and Desist”* inviata da TrustPilot (“TP”) il 2 settembre 2021, ma solo il 19 dicembre 2022 e secondo le modalità indicate nella Memoria Finale⁶⁶, per cui si sarebbero prontamente attivati chiedendo informazioni sia a TP sia a Opinioni.it. Peraltro, tale prima segnalazione di TP avrebbe riguardato solo [5-20] recensioni (non false ma semplicemente) raccolte presso gli *Show Room* di FR, in assenza di abbonamento a TP. Pertanto, *“la lettera di «Cease and Desist» del 6 gennaio*

⁶⁶ Cfr. pag. 8 ss. della Memoria Finale.

2023 [...] pur riferendosi nuovamente alle recensioni «fabricated» – concerne in realtà una condotta differente da quella contestata nel 2021” e a essa non collegata.

Dunque, dopo il 19 dicembre 2022 e i contatti con le piattaforme, i Professionisti si sarebbero diligentemente attivati, ponendo in essere diverse misure (ad esempio corsi di formazione, e-mail di reminder ai collaboratori, nuovo processo di raccolta dei feedback riguardante anche la verifica della veridicità delle recensioni, verifica dell’autenticità di quelle positive pubblicate). In particolare, a seguito di tali verifiche è emerso che [10-30] clienti, tutti riconducibili allo Show Room di Napoli, hanno rappresentato di non aver personalmente scritto la recensione; per cui la Società si è recata presso lo Show Room di Napoli per assumere informazioni da parte di alcuni collaboratori esterni “[in particolare [1-10] Store Manager e [10-20] architetti) cui erano riconducibili i cantieri recensiti nelle [10-30] recensioni dubbie, appurando come [1-5] recensioni erano state pubblicate dagli architetti che avevano svolto il ruolo di Direttore dei Lavori)]”⁶⁷[omissis].

56. Riguardo al secondo profilo, le risultanze istruttorie non dimostrerebbero l’esistenza di recensioni “false”, poiché le contestazioni mosse si fonderebbero solo sulle verifiche effettuate da Opinioni.it e TrustPilot, a seguito delle richieste di informazioni inviate dall’Autorità. In particolare, l’Autorità avrebbe «preso al valore facciale le dichiarazioni delle suddette Piattaforme», senza svolgere verifiche sui criteri da esse impiegati per qualificare come “falsa” una recensione.

Riguardo alle recensioni eliminate da Trustpilot, i sistemi di controllo della piattaforma non sarebbero in grado di identificare con certezza le recensioni predisposte dal personale di FR. Sul punto, il riferimento a una stessa sessione di browser o a un indirizzo IP riconducibile a una sede di FR non costituirebbero criteri certi ed univoci per stabilire la riconducibilità delle recensioni ai collaboratori di FR⁶⁸.

Riguardo alle recensioni eliminate da Opinioni.it, le informazioni fornite non permetterebbero di conoscere le ragioni per cui non è stata pubblicata una certa recensione e il numero di quelle “rigettate” in quanto ritenute non

⁶⁷ Cfr. pag. 11 della Memoria Finale.

⁶⁸ In particolare, la circostanza che una recensione provenga da un indirizzo IP riconducibile a una sede di FR sarebbe dovuto alla richiesta di aiuto al personale dello store fatta da un cliente con poca dimestichezza con la tecnologia, per rilasciare la propria recensione. In proposito, i Professionisti allegano la dichiarazione di un singolo cliente che cita l’allegazione di un contratto di appalto e della carta d’identità, in realtà non presenti. L’inserimento della recensione sarebbe stato effettuato dall’architetto [omissis], store manager della sede di Napoli.

autentiche. Inoltre, pure i criteri utilizzati da Opinioni.it per definire come “false” le recensioni (la provenienza da un medesimo indirizzo IP cui ha avuto accesso un collaboratore/dipendente di FR, cioè un “incrocio di IP, la loro redazione in tempi diversi e da utenti diversi ma la provenienza dal medesimo indirizzo IP e la provenienza da collaboratori/dipendenti di FR) apparirebbero discutibili. Per tutte queste circostanze sarebbero, infatti, formulabili spiegazioni alternative. In particolare, appare “«*semplificistico*» bollare come «false» tutte le recensioni provenienti da soggetti dipendenti/collaboratori della Società. [...] Difatti, laddove tali soggetti - oltre a lavorare per la Società - abbiano anche vissuto un’esperienza di acquisto, essi rappresentano a tutti gli effetti dei «clienti», e - come tali - sono evidentemente legittimati a rilasciare una recensione”. Tuttavia, i Professionisti non hanno depositato alcuna documentazione/fattura che provi l’acquisto effettuato come “clienti/consumatori” dai propri dipendenti/collaboratori.

57. Riguardo al terzo profilo, la condotta contestata, ove sussistente, non avrebbe, comunque, prodotto alcun effetto sulla scelta commerciale del consumatore medio. Infatti, le recensioni “sospette” non sarebbero mai state pubblicate o sarebbero rimaste *online* solo per poche ore, a causa del “filtraggio” operato dalle piattaforme. Ciò trova conferma nel fatto che il *rating* di FR pubblicato su TrustPilot non avrebbe subito variazioni sostanziali prima e dopo l’avvio dell’istruttoria (4,2 su 5 al 31.10.22 e 4,3 su 5 al 24.11.2023).

58. Infine, con riferimento alla condotta di diffusione *online* di recensioni non autentiche, oltre a non sussistere alcuna violazione della diligenza professionale, non sarebbero ravvisabile neppure quella dell’articolo 21, comma 1, lettere *b)* e *f)*, del Codice del consumo. Infatti, la prima disposizione si riferirebbe esclusivamente al vanto di caratteristiche di un prodotto o servizio in realtà inesistenti e la seconda all’attribuzione, da parte di un professionista, di qualifiche di cui in realtà esso è privo o alla promozione di un’attività in assenza delle necessarie autorizzazioni.

(ii) L’impiego del dato “98% di clienti soddisfatti”.

59. Riguardo a tale condotta, i *report* acquisiti in ispezione sulla soddisfazione dei clienti - che riportano dati diversi dal 98% - sarebbero stati “*elaborati per uno scopo differente*” e, dunque, non rilevarebbero per provare l’infrazione. Inoltre, tali *report* si limiterebbero a “fotografare” la

soddisfazione di un campione di clienti cui la *Customer Experience* di FR “ha somministrato un questionario telefonico in un lasso temporale circoscritto”, mentre il *claim* contestato del 98% si riferirebbe al più ampio periodo 2014-2022 e rappresenterebbe “il livello di soddisfazione della totalità dei clienti della Società”, a prescindere dal contatto da parte della *Customer Experience* di FR o dalla pubblicazione di una recensione. La percentuale di soddisfazione del 98% sarebbe dunque correttamente basata sul numero dei contenziosi, “dal momento che nel periodo considerato [2014-2022] a fronte di circa [10.000-20.000] cantieri eseguiti, solo il 2% della clientela ha avviato giudizi nei confronti della Società”.

Inoltre, tale dato sarebbe stato diffuso esclusivamente su di una *landing page* esterna al sito di FR, ove non sarebbe stato di immediata evidenza e per un tempo limitato.

60. Infine, oltre a non sussistere alcuna violazione del canone di diligenza professionale, non sarebbe ravvisabile la violazione dell’articolo 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), del Codice del consumo e non sarebbe comprensibile la contestazione riguardante l’articolo 22 del Codice stesso.

B) L’applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA agevolata

61. Riguardo a tale pratica, l’Autorità avrebbe omesso di valutare le tre circostanze rilevanti di seguito esposte.

(i) L’attribuzione a FR della gestione dello sconto in fattura per l’acquisto di finiture è una libera scelta del cliente. Infatti, l’acquisto delle finiture (e la sua gestione fiscale) non riguarda il contratto di ristrutturazione e, dunque, competerebbe esclusivamente al cliente.

(ii) La gestione dello sconto in fattura ha un impatto economico sia per FR sia per il consumatore, ove eseguita in autonomia,⁶⁹ per cui sarebbe corretta la previsione di uno specifico corrispettivo per FR.

(iii) La procedura di FR prevedeva che “il consumatore approvasse per iscritto entrambi i preventivi (e non solo il primo)” (cioè il preventivo fornitore e quello FR) e al suo esito “il prezzo finale che il cliente [andava] a pagare [era] il medesimo di quello sottoscritto nel Preventivo Fornitore”.⁷⁰

⁶⁹ Sono citate ad esempio le spese per [omissis].

⁷⁰ Nel dettaglio (cfr. la Memoria Finale, pag. 27), “il cliente presceglie presso un fornitore partner di Facile Ristrutturare le finiture di proprio gradimento. All’esito della scelta, il fornitore redige il preventivo («Preventivo Fornitore») intestato alla Società che contiene i) il dettaglio dei codici identificativi dei prodotti [omissis]; ii) l’indicazione sommaria delle caratteristiche qualitative (colore, tipologia, ecc.); iii)

Ne discende che la condotta contestata non avrebbe in alcun modo alterato la scelta economica del consumatore.

In proposito, i Professionisti sarebbero stati pienamente diligenti poiché l'incremento dell'imponibile corrisponderebbe al corrispettivo per la gestione di quest'attività richiesta dal consumatore e nel suo interesse e, dunque, la sua applicazione non avrebbe in alcun modo annullato il vantaggio per il consumatore derivante dall'applicazione dell'IVA agevolata.

62. Inoltre, il numero dei reclami sul punto sarebbe stato particolarmente circoscritto ed essi sarebbero stati indirizzati prevalentemente all'Autorità e non a FR.

63. Ulteriormente, l'articolo 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del consumo non riguarderebbe le condotte contestate; infatti tale norma *“impone al professionista di rendere visibile ai consumatori il prezzo al lordo delle tasse e onnicomprensivo di tutti i servizi inclusi”* e gli vieta di *“aggiunge[re] nel corso della transazione ulteriori voci di costo che incrementavano l'importo richiesto”*.

64. Infine la comunicazione del termine delle risultanze istruttorie (nel prosieguo anche la “comunicazione del termine”) non preciserebbe la contestazione di omissività *ex* articolo 22, del Codice del consumo

Modifiche in relazione all'impiego di recensioni on line non autentiche.

65. FR ha approvato, a far data dal 1° ottobre 2023, alcune modifiche al processo di valutazione delle recensioni, confluite nel *“Mansionario Store Manager”*⁷¹, al sistema di premialità di dipendenti/collaboratori⁷² e alla procedura sanzionatoria.

Sulla sanzione

66. I Professionisti espongono quanto segue sui criteri di quantificazione della sanzione.

le quantità di ogni singolo pezzo; iv) il prezzo «finale», comprensivo di IVA al 22% pari all'importo che il cliente andrà a pagare. Tale preventivo sarà sottoscritto anche dal cliente; la Società elabora quindi un secondo preventivo («Preventivo Facile Ristrutturare»), che fa riferimento al Preventivo Fornitore e riporta l'evidenza del prezzo finale che il cliente andrà a pagare, con esposizione dell'imponibile, a cui si è applicata l'IVA al 10%. All'esito, il prezzo finale che il cliente andrà a pagare sarà il medesimo di quello sottoscritto nel Preventivo Fornitore” (grassetto nell'originale).

⁷¹ Ad esempio, sono chiariti, per i dipendenti/collaboratori, i principi-guida per il rilascio delle recensioni da parte dei clienti.

⁷² Si prevede, in particolare, “[omissis]” (cfr. la Memoria Finale, pag. 32; sottolineatura aggiunta).

67. Riguardo all'elemento soggettivo, ritengono che le circostanze del caso escludano la natura sia dolosa sia colposa degli illeciti contestati; in ogni caso essi potrebbero essere qualificati, al più, come semplicemente colposi.

68. Riguardo alla gravità, dovrebbe considerarsi la natura solo ingannevole e non anche aggressiva delle pratiche contestate.

69. Con riferimento alla durata, nessuna delle condotte contestate sarebbe ancora in corso. In particolare, per quelle riguardanti la diffusione del *claim* “98% di clienti soddisfatti” e l'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA al 10%, la comunicazione del termine ne riconoscerebbe la cessazione. Inoltre, nemmeno la condotta di diffusione di recensioni *on line* non veritiere sarebbe proseguita dopo l'avvio del procedimento. In particolare, la presenza sulla pagina di TrustPilot dedicata a FR di un *banner*⁷³, riguardante l'avvio di indagini da parte della piattaforma, non dimostrerebbe la prosecuzione della condotta quantomeno fino all'11 maggio 2023. Parimenti, nemmeno rileverebbe la dichiarazione di Opinioni.it per cui “*alla data del 12 maggio 2023, sono [100-300] le opinioni respinte perché l'IP era comune ad altri utenti*”; sul punto rileverebbe, invece, la dichiarazione di questa piattaforma per cui il “*trend di pubblicazioni si è presentato anche a gennaio 2023, andando a diminuire da febbraio 2023*”. Dunque, questa condotta sarebbe durata, al più, sino a marzo 2023.

70. Riguardo alle loro condizioni economiche, i Professionisti rilevano anzitutto che deve essere valutata la “*grave situazione economica*” in cui verserebbe FR. Infatti, la riduzione, nell'esercizio 2022, del valore della produzione rispetto al 2021 si è acuita nel 2023, sia per il termine dello sconto in fattura (di cui d.l. del 16 febbraio 2023, n. 11), sia per il clamore suscitato dalla vicenda anche sui *media*. Per cui, a causa dell'attuale limitata capacità contributiva di FR, l'eventuale sanzione dovrebbe essere significativamente ridotta. Sul punto, ogni eventuale sanzione dovrebbe comunque essere calcolata esclusivamente sul bilancio di FR, dato che Renovars, in quanto *holding* del gruppo, non è coinvolta nella gestione operativa.

71. Infine, rileverebbe il comportamento collaborativo dei Professionisti nel corso del procedimento e la spontanea adozione di “*una serie di misure prospettate all'Autorità*” negli impegni rigettati.

⁷³ Cfr. le evidenze acquisite.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

72. Le condotte in questione sono state poste in essere anche tramite *internet*, in particolare, sul sito <https://www.facileristrutturare.it/> e sulla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>; il procedimento ha, inoltre, a oggetto la diffusione di giudizi/recensioni positivi e non veritieri sull'attività dei Professionisti tramite le piattaforme di recensione *on line* Trustpilot e Opinioni.it. In data 27 novembre 2023 è stato, dunque, richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche "AGCOM"), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

73. Con parere pervenuto in data 12 dicembre 2023⁷⁴, l'AGCOM ha ritenuto, nel caso di specie, *internet* un mezzo di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione delle pratiche commerciali oggetto del procedimento.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

A) Osservazioni preliminari

74. Il presente provvedimento concerne la scorrettezza dei comportamenti posti in essere da FR e Renovars S.p.A. nell'ambito della loro attività di ristrutturazione di immobili residenziali. In particolare, le condotte dei Professionisti integrano due distinte pratiche commerciali scorrette, consistenti: **(a)** nella diffusione, di recensioni *online* false e/o comunque non autentiche e disinteressate e di un dato falso sulla percentuale del 98% clienti soddisfatti; e **(b)** nell'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di acquisto di materiali di finitura per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%.

75. Le condotte contestate nella comunicazione di avvio, riguardanti FR, sono da ascrivere, oltre che a questo professionista, anche a Renovars S.p.A. sia in proprio, sia a titolo di c.d. "*parental liability*", nella sua qualità di controllante al 100% della prima⁷⁵.

⁷⁴ Protocollo n. 102613.

⁷⁵ Cfr. la visura camerale di Facile Ristrutturare S.p.A., estratta dalla banca dati Telemaco-Infocamere il 22 novembre 2023. V. in giurisprudenza, ad esempio, Tar Lazio, 10 gennaio 2020, n. 261, *PS/11112 - Facebook - Condivisione dati con terzi*, secondo cui "Nella materia antitrust [...] in presenza di una società

Con particolare riferimento a un coinvolgimento attivo di Renovars S.p.A. nelle pratiche contestate, si osserva, in particolare, che: (i) nel verbale ispettivo del 23 marzo 2023, questi dirigenti dei Professionisti si sono definiti come segue: [omissis] come “*amministratore delegato di Renovars*”, [omissis] come “*responsabile della Customer Experience di Renovars*”, [omissis] come “*supervisor Customer Care di Renovars*” e [omissis] come “*direttore marketing del Gruppo Renovars*”; (ii) sulla base di visura camerale, risulta che FR e Renovars S.p.A. hanno sede nello stesso luogo e che l’attività prevalente di Renovars S.p.A. riguarda pure la prestazione di “*servizi amministrativi alle società del gruppo*”, con inclusione dunque anche di FR⁷⁶; in ispezione è, inoltre, risultato che esse condividono i medesimi locali aziendali; (iii) le *slide* sulla soddisfazione dei clienti di cui alle evidenze acquisite, riportano tutte il logo di Renovars S.p.A. e la frase “*Renovars home digital services*”⁷⁷ e (iv) in diverse *e-mail* rinvenute in ispezione alcuni dirigenti/responsabili dei Professionisti utilizzano un’*e-mail* aziendale con estensione “*@renovars.com*”, sia per messaggi inviati che ricevuti (ad esempio: [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com; [omissis]@renovars.com e [omissis]@renovars.com); in alcune *e-mail* rinvenute in ispezione è, infine, presente l’indirizzo “*CUSTOMER-EXPERIENCE@renovars.com*”⁷⁸. Ciò conferma la piena integrazione e il coinvolgimento di fatto di Renovars S.p.A. nell’attività ed organizzazione imprenditoriale della controllata FR.

76. Premesso che, nel caso in esame - come si è visto nella parte sulle evidenze acquisite e come meglio si dirà in seguito - sussistono specifiche e numerose prove della scorrettezza delle condotte oggetto del procedimento, riguardo all’assolvimento dell’onere probatorio gravante sull’Autorità, giova comunque ricordare quanto segue.

che detiene il 100% del capitale sociale di un’altra società, si presume che la società controllante eserciti un’influenza determinante nello svolgimento dell’attività della controllata, tale da farla ritenere responsabile per gli illeciti da quest’ultima materialmente realizzati (Tar Lazio, Roma, sez. I, 2 novembre 2012, n. 9001, che richiama Corte di Giustizia, 16 novembre 2000, Stora Kopparbergs Bergslags AB V. Commissione, C 286/98 P, punto 29). [...] Il principio per il quale la controllante risponde dell’illecito antitrust posto in essere dalla controllata deve essere applicato anche in materia di sanzioni per pratiche commerciali scorrette”.

⁷⁶ Cfr. la visura camerale di Renovars S.p.A..

⁷⁷ Cfr., ad esempio, gli *screenshot* del documento “*VOC REPORT - Consuntivo 2022*” (Figg. 1 e 2 del presente provvedimento) e i citati docc. isp. nn. 29, 59, 234, 235 e 236.

⁷⁸ Cfr. ad esempio i docc. isp. “*R: Comunicazione [omissis]*” (cui sono allegati le citate “*Indicazioni a seguito del [omissis]*”), “*R: Costi di gestione*” e “*RE: [omissis] - Debrief post call odierna*”.

Secondo un consolidato principio della giurisprudenza amministrativa in materie di competenza dell’Autorità, *“le singole condotte delle imprese vanno valutate tenendo conto del quadro complessivo e non in modo atomistico”*⁷⁹ e nell’ambito di un *“quadro indiziario”* dotato di *“coerenza complessiva”*, ove *“la prova [...] oltre che documentale, [può] anche essere indiziaria, purché gli indizi siano gravi, precisi e concordanti”*, ai sensi dell’art. 2729 c.c.⁸⁰. Attesa la sostanziale vicinanza delle normative *antitrust* e di tutela del consumatore⁸¹ e il principio generale espresso dal citato art. 2729 c.c., le condotte contestate devono essere valutate e provate sulla base del quadro complessivo della vicenda e delle risultanze istruttorie e non considerandone *“atomisticamente”* e in maniera parcellizzata i singoli aspetti e/o documenti. Inoltre, è sufficiente che l’Autorità fornisca un quadro probatorio complessivamente coerente, ricostruito pure tramite indizi plurimi e concordanti.

Tali principi rilevano per la prova di tutte le condotte contestate nel presente procedimento, con particolare riferimento a quella di diffusione di recensioni *online* non autentiche.

77. Come visto nella parte sulle evidenze acquisite e come meglio si dirà in seguito, le condotte poste in essere dai Professionisti, anche tramite i propri dipendenti/ collaboratori e la propria rete vendita, risultano diffuse, sistematiche, (astrattamente e concretamente) ripetibili e dirette a un numero molto elevato di consumatori attuali e/o potenziali.

Tuttavia, anche a volersi riferire (in ipotesi) alle sole segnalazioni presenti nel fascicolo istruttorio, ai reclami rinvenuti in ispezione, alle recensioni *online* non autentiche acquisite al fascicolo e ai casi di false recensioni riconosciuti (esplicitamente o implicitamente) dai Professionisti, per costante giurisprudenza, caratteristica dell’illecito consumeristico è quella di essere di mero *“pericolo”* con la conseguenza che *“è del tutto irrilevante sia l’eventuale esiguità delle segnalazioni sia la natura occasionale o episodica della condotta”*, rilevando anche *“la mera potenzialità lesiva del comportamento posto in essere dal professionista, indipendentemente dal pregiudizio causato in concreto al comportamento dei destinatari, indotti ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti*

⁷⁹ Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, n. 3555 e 3556, caso I806 - *Accordi tra operatori del settore dei servizi con elicottero*, che cita conformemente Consiglio di Stato, n. 6985/2019.

⁸⁰ Cfr., ad esempio, la citata pronuncia del Consiglio di Stato, 6 maggio 2021, n. 3555 e 3556, che cita conformemente Consiglio di Stato, n. 6985/2019, Cons. Stato, sez. VI, n. 3197 del 2018; Consiglio di Stato, sez. VI, 4 settembre 2015, n. 4123. Per un ulteriore riferimento all’art. 2729 c.c. v. altresì Consiglio di Stato, 21 marzo 2019, nn. 1900, 1551, 1160, 1883, I793 - *Aumento prezzi cemento*.

⁸¹ Cfr. Tar Lazio, 10 gennaio 2020, n. 261, PS/11112 - *Facebook*.

preso” (cfr. *inter alia*, Consiglio di Stato, 8 febbraio 2021, n. 1152). Ne deriva, inoltre, che l’effettiva incidenza della pratica commerciale scorretta sui consumatori non costituisce un elemento idoneo a elidere o ridurre i profili “*contra legem*” della stessa, non essendo richiesta “*l’attualità di una lesione agli interessi dei consumatori, quanto, piuttosto, che una pratica sia idonea a produrla. Il bene giuridico tutelato, infatti, è soltanto indirettamente la sfera patrimoniale del consumatore: in via immediata, attraverso la libertà di scelta si vuole salvaguardare il corretto funzionamento del mercato concorrenziale*” (Consiglio di Stato, 12 marzo 2020, n. 1751)⁸². Ciò esclude ogni rilevanza del numero delle recensioni non autentiche e dei consumatori destinatari delle condotte contestate.

78. Si esaminano di seguito, distintamente, le due pratiche commerciali scorrette contestate, di cui la prima è caratterizzata da due condotte autonome.

B) L’impiego di recensioni online e di dati sulla soddisfazione dei clienti non veritieri.

79. La diffusione, tramite le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, di recensioni false e/o comunque non autentiche e disinteressate e, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di un dato falso sulla percentuale dei clienti soddisfatti dai servizi di FR (il *claim* “98% [di] clienti soddisfatti”), finalizzata in entrambi i casi ad accreditare un livello di soddisfazione degli utenti decisamente maggiore di quello reale, costituisce una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettere *b*) e *f*), e 22, del Codice del Consumo

⁸² Cfr., inoltre e sempre a titolo esemplificativo, Consiglio di Stato 27 febbraio 2023, n. 1953, caso *Domina Vacanze*, secondo cui “*la circostanza che la condotta del professionista coinvolto sia stata tenuta un numero limitato di volte o abbia interessato un numero contenuto di consumatori (al limite anche uno solo) è del tutto irrilevante al fine di escluderne l’illiceità, atteso che né la normativa interna, né quella unionale recano indizi che consentano di affermare che l’azione o l’omissione da parte del professionista debba presentare carattere reiterato o riguardare più di un consumatore (tra gli altri, Consiglio di Stato, sez. VI, 27 febbraio 2020, n. 1425). Del resto, le pratiche commerciali scorrette si sostanziano in illeciti di mero pericolo, con la conseguenza che, ai fini della configurabilità della violazione, è sufficiente l’astratta ripetibilità della condotta non conforme a quella prescritta*” e Consiglio di Stato, 15 luglio 2019, n. 4976, caso *Tripadvisor*, secondo cui “*E*”, infine, del tutto irrilevante la valorizzazione, operata dal Tribunale, dell’esiguo numero di segnalazioni ricevute direttamente dai consumatori, attesa la natura di illecito di pericolo che la giurisprudenza pacificamente riconosce agli illeciti conseguenti a pratiche commerciali scorrette (Cons. Stato, Sez. VI, 14/9/2018, n. 5396 e 16/3/2018, n. 1670)”.

(i) L'impiego di recensioni *on line* non autentiche.

80. Le recensioni *on line*, di pari passo con l'avvento del digitale, sono molto utili ai professionisti per promuovere ed aumentare le vendite di prodotti o servizi e, più in generale, per migliorare la loro reputazione presso i clienti attuali e quelli potenziali. La loro diffusione ha, infatti, un impatto rilevante sulle decisioni commerciali dei consumatori, poiché i giudizi di altri clienti che hanno già utilizzato il servizio e/o comprato il prodotto possono orientarne le scelte⁸³. Per questo, è particolarmente grave e insidiosa per i consumatori la diffusione di false recensioni *online*.

81. L'Autorità ha già accertato la scorrettezza della pratica commerciale consistente nella diffusione *on line* di recensioni non autentiche.

In particolare, il provvedimento n. 25237 del 19 dicembre 2014 ha accertato e sanzionato la scorrettezza, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22, del Codice del consumo, della pratica commerciale posta in essere da TripAdvisor e riguardante la diffusione di informazioni ingannevoli sulle fonti delle recensioni e l'inidoneità degli strumenti e delle procedure adottate per contrastare il fenomeno delle false recensioni (caso PS9345).

In proposito, l'argomento difensivo secondo cui - proprio in base al caso *TripAdvisor* - il controllo della veridicità delle recensioni spetterebbe solo alle piattaforme e non anche alle imprese recensite risulta infondato. Infatti, il citato provvedimento dell'Autorità ha affermato una specifica ed ulteriore responsabilità delle piattaforme di recensioni, che semplicemente si aggiunge a quella ordinariamente gravante - in base alle norme del Codice del consumo - sui professionisti che utilizzano e/o traggono beneficio da tale modalità di comunicazione commerciale⁸⁴.

Più di recente, il provvedimento dell'Autorità n. 30574, del 28 marzo 2023, ha accertato e sanzionato la scorrettezza, ai sensi degli articoli 20 e 21, del Codice del consumo, della vendita, da parte di SWL Web Marketing SL, di recensioni *online* non autentiche, al fine di promuovere la visibilità, i prodotti o i servizi dei loro acquirenti (caso PS/12371).

83 Cfr., in proposito, il considerando 47 della direttiva 2019/2161/CE secondo cui "Al momento di effettuare le loro decisioni di acquisto, i consumatori si affidano sempre più spesso alle recensioni e raccomandazioni di altri consumatori".

84 In proposito, secondo la *Comunicazione della Commissione - Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno*, del 29 dicembre 2021, "I professionisti utilizzano varie tecniche per aumentare il numero di recensioni positive dei loro prodotti sulle piattaforme o per ridurre o ridimensionare il numero di quelle negative. [...] Tali pratiche falsano le scelte dei consumatori" (sottolineatura aggiunta).

82. In questo contesto, la direttiva 2019/2161/CE (c.d. Omnibus) e il d.lgs. di recepimento 7 marzo 2023, n. 26, hanno dato un notevole rilievo all'illiceità delle condotte di diffusione di recensioni non autentiche/verificate, tipizzando due nuove fattispecie di pratica in ogni caso ingannevole, tra cui quella di *“inviare, o incaricare un'altra persona giuridica o fisica di inviare, recensioni di consumatori false o falsi apprezzamenti o di fornire false informazioni in merito a recensioni di consumatori o ad apprezzamenti sui media sociali, al fine di promuovere prodotti”* (nuova lettera *bb-quater*), dell'articolo 23, del Codice del consumo)⁸⁵.

La condotta posta in essere dai Professionisti

83. Con specifico riferimento alla condotta contestata, la diffusione *on line* di recensioni false e/o non autentiche può indurre in errore i consumatori sia sulla qualità, tempistica e convenienza dei servizi di ristrutturazione di immobili residenziali offerti da FR, ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lettera *b*), del Codice del consumo, sia sulle qualifiche, le capacità e i riconoscimenti attribuiti dai clienti ai servizi di FR, ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lettera *f*), del Codice stesso. Infatti, la diffusione di recensioni che esprimono giudizi non veritieri e spontanei può indurre in errore i consumatori sulla scelta del professionista cui affidare la prestazione di un servizio, tipicamente complesso e di elevato costo (che spesso riguarda la propria abitazione), come la ristrutturazione di immobili residenziali e sulle caratteristiche della prestazione di cui non si ha normalmente un'esperienza diretta in anticipo, spingendoli altresì a preferire i servizi di FR rispetto a quelli dei concorrenti.

Dunque, contrariamente all'argomento difensivo dei Professionisti secondo cui l'articolo 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), del Codice del consumo non riguarderebbero le condotte contestate, da un lato e come sopra esposto, le richiamate disposizioni risultano chiaramente applicabili alla condotta contestata; dall'altro, esse sono formulate in termini generali e recano elencazioni solo esemplificative delle caratteristiche del prodotto o servizio, nonché delle qualifiche e caratteristiche del professionista e dei suoi agenti che possono indurre in errore il consumatore nell'effettuare la sua scelta di natura economica.

⁸⁵ L'altra pratica in ogni caso ingannevole riguarda la seguente condotta: *“indicare che le recensioni di un prodotto sono inviate da consumatori che hanno effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto senza adottare misure ragionevoli e proporzionate per verificare che le recensioni provengano da tali consumatori”* (articolo 23, lettera *bb-ter*), del Codice del consumo).

84. Inoltre, tale condotta appare altresì manifestamente scorretta e grave sulla base del canone di diligenza professionale *ex* articolo 20, comma 2, del Codice del consumo, in quanto contraria a basilari principi di correttezza e buona fede nello svolgimento di un'attività professionale nei confronti dei consumatori. In proposito, non rileva il riferimento fatto dai Professionisti nelle loro difese al “*grado di diligenza professionale concretamente esigibile*”. Infatti, deve ritenersi che i Professionisti avrebbero dovuto osservare uno *standard* di diligenza professionale particolarmente elevato tenuto conto, dell'impatto rilevante delle recensioni *online* sulle scelte economiche dei consumatori, dell'asimmetria informativa tra le parti che caratterizza il settore delle ristrutturazioni, dell'elevato costo dei servizi offerti e della circostanza che essi riguardano spesso l'abitazione dei consumatori.

85. Tali valutazioni di grave ingannevolezza e scorrettezza sono altresì confermate dalla recente inclusione della diffusione di recensioni non autentiche, al fine di promuovere prodotti o servizi, tra le pratiche in ogni caso ingannevoli (cfr. il citato articolo 23, comma 1, lettera *bb-quater*) e dalla lettera del considerando 49 della direttiva 2019/2161/CE⁸⁶ che si riferisce, più ampiamente, alla condotta ingannevole di “*manipolare le recensioni e le raccomandazioni dei consumatori*”. Tali riferimenti normativi assumono, dunque, un indubbio valore interpretativo degli articoli. 20 ss., del Codice del consumo, anche riguardo a condotte precedenti all'entrata in vigore del d.lgs. 26/2023 e devono ritenersi meramente ricognitivi di comportamenti *ex se* palesemente scorretti e dunque già vietati (seppur implicitamente) dalle ampie clausole generali di diligenza professionale *ex* articolo 20 e del divieto di pratiche commerciali ingannevoli *ex* articolo 21 del Codice del Consumo

86. Gli elementi istruttori acquisiti, nel corso del procedimento, confermano la sussistenza della condotta contestata in avvio.

Infatti, da un lato, risulta che i Professionisti incentivano fortemente i propri dipendenti/collaboratori ad ottenere la pubblicazione di recensioni positive sulle piattaforme *online*, con particolare riferimento a Opinioni.it e Trustpilot, anche predisponendo un sistema di premialità ed esercitando, in

⁸⁶ Cfr. il considerando 49 della direttiva secondo cui “[a]i professionisti dovrebbe inoltre essere fatto divieto di pubblicare recensioni e raccomandazioni di consumatori false, per esempio postando «like/mi piace» sui media sociali oppure incaricando terzi di farlo, per promuovere i loro prodotti, nonché di manipolare le recensioni e le raccomandazioni dei consumatori, per esempio pubblicando solo le recensioni positive e sopprimendo quelle negative” e cfr. il n. 7 b), della citata direttiva, che modifica l'allegato I della direttiva 2005/29.

alcuni casi, pressioni per il raggiungimento di tale risultato. Ciò è stato sostanzialmente confermato anche dai Professionisti, nella Memoria Finale⁸⁷. Dall'altro, le evidenze istruttorie confermano che numerosi dipendenti/collaboratori dei Professionisti (almeno [5-20]), quantomeno a partire da marzo 2019, hanno pubblicato numerose false recensioni positive (*fake reviews*) sui siti reputazionali Opinioni.it e Trustpilot, anche al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali fissati dai Professionisti ed ottenere, di conseguenza, le relative premialità. In tal senso, infatti, (i) le informazioni fornite da Opinioni.it si riferiscono a “[100-400] [...] opinioni [pubblicate sulla piattaforma e] respinte perché l'IP era comune ad altri utenti”, evidenziano che diversi collaboratori dei Professionisti, anche attuali⁸⁸, hanno direttamente pubblicato recensioni positive non autentiche e/o che i loro nominativi/indirizzi e-mail/indirizzi IP presentano “*incroci di IP*” con soggetti che hanno pubblicato opinioni positive ritenute non autentiche da questa piattaforma e (ii) quelle fornite da Trustpilot si riferiscono a più di [100-400] recensioni positive considerate non autentiche da questa piattaforma. Peraltro, gli stessi Professionisti, nella Memoria Difensiva, hanno riconosciuto l'esistenza del fenomeno - sia pure limitatamente allo *Show Room* di Napoli - ammettendo espressamente, almeno in [1-5] casi, la pubblicazione di recensioni non autentiche da parte di loro collaboratori e, in altri [10-30] casi, che i clienti hanno rappresentato di non aver personalmente scritto le recensioni pubblicate. Sul punto, le risultanze in atti ne evidenziano una diffusione molto più ampia, quantomeno ed a mero titolo esemplificativo, con riferimento pure alle sedi di FR di Bari, Catania e Latina.

87. In proposito, i Professionisti, contrariamente alla diligenza professionale esigibile da importanti operatori del settore ed ulteriormente imposta, nel caso di specie, dalla circostanziata lettera di *Cease & Desist* inviata da Trustpilot il 2 settembre 2021⁸⁹, pur avendo consapevolezza dell'esistenza del fenomeno, non hanno predisposto misure e controlli idonei ed efficaci al fine di garantire l'autenticità delle recensioni pubblicate e a prevenire la

⁸⁷ Cfr. i riferimenti fatti nella Memoria Finale alla “*valutazione delle recensioni positive tra i «Key Performance Indicator» («KPI») per l'ottenimento del premio ai dipendenti e collaboratori. [...] [FR] ha strutturato il sistema di premialità prevedendo che il KPI della «brand reputation» non desse ex se diritto ad alcun compenso, considerandolo piuttosto come uno dei requisiti per la liquidazione del bonus*” (pag. 4).

⁸⁸ Cfr. gli elenchi consultabili in data 19 e 20 luglio, nonché 18 e 25 settembre 2023, alle pagine <https://www.facileristrutturare.it/> e <https://www.facileristrutturare.it/architetti-progettisti/rilevazioni>.

⁸⁹ Come visto, il 6 settembre 2021, FR dava riscontro a questa comunicazione indicando di aver “*reviewed and shared [Trustpilot's] rules in an even more careful way, to prevent any possible and involuntary mistake*”.

diffusione di *fake reviews*, anche ad opera dei loro dipendenti/collaboratori; anche TrustPilot, il 5 ottobre 2021, chiedeva a FR di condurre un'indagine interna per determinare l'origine delle recensioni non autentiche⁹⁰. In particolare, risulta che i Professionisti: (i) hanno svolto un'indagine interna sulla pubblicazione di recensioni non autentiche solo “*a valle dei rilievi sollevati dai segnalanti, nonché delle misure attuate dalle Piattaforme*”⁹¹ e (ii) solo nel formulario degli impegni, inviato all'Autorità il 5 maggio 2023, hanno proposto di adottare misure per verificare l'autenticità delle recensioni pubblicate, di modificare il sistema di premialità dei loro dipendenti/collaboratori, computando sole quelle positive “verificate” da FR e di prevedere sanzioni disciplinari per la scorretta gestione delle recensioni.

88. Il rispetto del canone di diligenza professionale e il divieto di pratiche commerciali ingannevoli, ai sensi degli articoli. 20, 21 e 22, del Codice del consumo, non proibiscono solo le condotte (attive) di diffusione di false recensioni e/o di manipolazione di recensioni reali, ma obbligano altresì i professionisti, che utilizzano tale modalità di comunicazione commerciale, a predisporre misure e procedure idonee ed efficaci per impedire la realizzazione di tali illeciti, particolarmente insidiosi per i consumatori, anche da parte dei loro dipendenti/ collaboratori, pena la loro responsabilità (quantomeno) per omissione. Pertanto, FR e Renovars S.p.A. devono ritenersi solidalmente responsabili sia per condotte ad essi direttamente riconducibili, anche ove realizzate dai loro dipendenti/collaboratori, sia, in ogni caso, a titolo di *culpa in vigilando* sull'attività di questi soggetti.

89. In proposito, la pronuncia del Consiglio di Stato del 15 luglio 2019, n. 4976, ha ritenuto che l'Autorità abbia congruamente motivato la violazione del canone di diligenza professionale, poiché Tripadvisor ha tenuto la condotta contestata “*pur consapevole dei limiti intrinseci del proprio sistema di controllo delle fonti delle recensioni*”. *Mutatis mutandis*, riguardo alla condotta in esame, risulta che i Professionisti non hanno predisposto misure e procedure idonee per la verifica delle recensioni pubblicate o al più ne hanno predisposto di inefficaci. Ciò, nonostante fossero consapevoli dei “*limiti intrinseci*” della loro organizzazione aziendale riguardo all'impiego di tale forma di comunicazione commerciale, quantomeno sin dalla prima lettera di *Cease & Desist* pervenuta da Trustpilot nel settembre 2021 (e quindi oltre un anno prima dell'inizio dei servizi di inchiesta dei *media* su

⁹⁰ Così l'invito di TrustPilot: “*We therefore ask you to conduct an internal investigation to determine the source of review fabrication*”.

⁹¹ Cfr. pag. 8 della Memoria Difensiva.

FR).

90. Inoltre, ai fini dell'imputazione di *culpa in vigilando*, essendo inclusa la pubblicazione di recensioni positive sulle piattaforme *on line* in un sistema di premialità/ incentivi aziendali (come confermato anche nella Memoria Finale dei Professionisti) non si può dubitare che i dipendenti/collaboratori dei Professionisti fossero "*anch'essi interessati alla pratica commerciale*"⁹².

91. Il quadro probatorio sopra delineato, tenuto conto dei principi giurisprudenziali dianzi citati e contrariamente alle argomentazioni difensive dei Professionisti, risulta complessivamente coerente e solido sulla base delle risultanze istruttorie.

Sul punto rilevano, infatti, ad esempio e nel loro complesso: (i) la circostanza che Professionisti abbiano incentivato fortemente i propri dipendenti/collaboratori ad ottenere la pubblicazione di recensioni positive anche su TrustPilot e Opinioni.it; (ii) le ammissioni dei Professionisti sulla pubblicazione di recensioni non autentiche presso la sede di Napoli; (iii) l'invio da parte di Trustpilot a FR di due lettere di *Cease & Desist* a distanza di poco più di un anno (settembre 2021 e a gennaio 2023) e l'avvio di approfondite verifiche da parte di Opinioni.it a fine dicembre 2022; (iv) la pubblicazione su Opinioni.it di numerose recensioni non autentiche da parte di almeno [5-20] dipendenti/ collaboratori di FR (tra questi ci sono [1-5] utenti iscritti alla piattaforma di recensioni con indirizzo *email facileristrutturare.it*) con indicazione dei loro nominativi⁹³; (v) la concordanza e la precisione delle verifiche effettuate da TrustPilot e Opinioni.it, che, ad esempio, citano entrambe le sedi FR di Napoli, Bari, Catania e Latina, si riferiscono a periodi sovrapponibili (TrustPilot ad agosto 2022 - gennaio 2023 e Opinioni.it a partire da marzo 2019 con un picco tra novembre e dicembre 2022 e continuazione del fenomeno a gennaio 2023) e a un numero analogo di false recensioni (più di [100-400] per TrustPilot, almeno [100-400] per Opinioni.it); (vi) la circostanza che diversi nominativi/indirizzi e-mail di dipendenti/collaboratori dei Professionisti (almeno [5-20]) presentano incroci di IP con soggetti che hanno pubblicato

⁹² Cfr., ad esempio, la pronuncia del Consiglio di Stato, 16 maggio 2022, n. 3826, PS/10998 - *Switch Power S.r.l. Attivazioni non richieste*, secondo cui "il professionista è responsabile dell'attività svolta" da soggetti terzi (ivi inclusi - evidentemente - i propri dipendenti e/o collaboratori) "*qualora gli possa essere imputata una culpa in vigilando, ovvero qualora non dimostri di avere posto in essere un sistema di monitoraggio effettivo sull'attività posta in essere da soggetti terzi, anch'essi interessati alla pratica commerciale, o non si sia dotato nell'ambito della propria organizzazione di un sistema di monitoraggio idoneo a consentire il puntuale adempimento del dettato legislativo da parte dei medesimi soggetti*". Detta pronuncia richiama espressamente le precedenti decisioni del Consiglio di Stato nn. 3896/2014 e 3897/2014.

⁹³ Cfr. i nominativi citati nella parte sulle evidenze acquisite riguardanti le verifiche fatte da Opinioni.it e le ammissioni dei Professionisti nella Memoria Finale.

opinioni positive ritenute non autentiche da Opinioni.it; riguardo a tali dipendenti/collaboratori, i Professionisti hanno ammesso che due di essi hanno pubblicato recensioni positive su Opinioni.it come “clienti”⁹⁴; (vii) l’impiego da parte di entrambe le piattaforme di diversi e sofisticati criteri per stabilire la non autenticità di una recensione, ulteriori e confermativi alla comunanza di indirizzi IP⁹⁵.

92. Non si vede, poi, come l’Autorità possa operare una verifica dei sofisticati e attendibili sistemi di controllo dell’autenticità delle recensioni predisposti da TrustPilot e Opinioni.it, i cui esiti risultano altresì assolutamente coerenti e confermativi del più ampio quadro probatorio sopra delineato. Inoltre, l’autorevolezza e serietà di tali piattaforme è altresì confermata dagli stessi Professionisti che nel [omissis] includono tra i KPI dei loro collaboratori le recensioni pubblicate anche su TrustPilot e Opinioni.it⁹⁶, che nella Memoria Finale sono definiti come “operatori leader di mercato”⁹⁷.

93. Inoltre, nella Memoria Finale, i Professionisti non contestano - e, dunque, ammettono - che alcuni loro dipendenti/collaboratori hanno pubblicato recensioni sui servizi di FR tramite Opinioni.it, giustificando genericamente tale circostanza con il fatto che questi soggetti avrebbero agito in qualità di “consumatori” e, comunque, senza fornire alcun supporto documentale al riguardo. Vale aggiungere che la contemporanea qualifica di un collaboratore di FR come “consumatore” senza alcuna prova documentale a riscontro (es. fatture di lavori effettuati) appare quantomeno dubbia e quindi irrilevante come elemento di difesa dei Professionisti.

Ad ogni modo, anche ipotizzando che questi dipendenti/collaboratori abbiano pubblicato recensioni sui servizi di FR come consumatori, esse sono state rilasciate in palese conflitto di interessi e quindi tale condotta risulta scorretta ed ingannevole in base agli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere b) e f), e 22, del Codice del consumo. In proposito, i Professionisti

⁹⁴ Cfr. la Memoria Finale, pag. 18 nota 8.

⁹⁵ Per TrustPilot, tra gli altri criteri, “[omissis]” (cfr. la comunicazione inviata a FR il 6 gennaio 2023). Nella sua comunicazione del 2 settembre 2021 inviata a FR, TP si riferisce ad altri criteri per individuare recensioni sospette quanto segue: “[omissis]”.

Nella risposta alla richiesta di informazioni del 5 giugno 2023, TP si riferisce altresì a “*Though our software analyses all aspects of a review*” e ad “*output of our automated technology*”.

Nella risposta alla richiesta di informazioni del 30 maggio 2023, Opinioni.it espone i seguenti criteri per verificare l’attendibilità delle recensioni: “[omissis]”.

Nella risposta alla richiesta di informazioni pervenuta il 26 luglio 2023, Opinioni.it ha fornito per i singoli nominativi/indirizzi e-mail segnalati le seguenti informazioni e impiegato, ad esempio, i seguenti criteri per l’individuazione delle recensioni non autentiche: [omissis] (si veda, ad esempio, quanto segue: [omissis]).

⁹⁶ Cfr. la parte sulle evidenze acquisite.

⁹⁷ Pag. 14, punto 13.

ammettono quindi, almeno implicitamente, di non aver effettuato alcun doveroso controllo quantomeno riguardo all'operato di questi dipendenti/collaboratori.

94. Infine, e sotto un ulteriore profilo, deve ritenersi che i Professionisti non abbiano fornito plausibili spiegazioni alternative che smentiscano il complessivo quadro probatorio sopra delineato, limitandosi, nella Memoria Finale, a generiche affermazioni sulla non attendibilità dei criteri utilizzati da TrustPilot e Opinioni.it per l'individuazione delle false recensioni (peraltro contraddette dalle evidenze in atti) e senza fornire alcuna documentazione a supporto. L'unico documento (depositato con la Memoria Finale) è la dichiarazione di un singolo consumatore che avrebbe chiesto a un collaboratore di FR della sede di Napoli aiuto per pubblicare *on line* una recensione. Tale documento risulta palesemente insufficiente a suffragare ogni ricostruzione alternativa a quella dell'Autorità, provenendo altresì proprio dalla sede FR oggetto di indagine anche da parte dei Professionisti ed essendo sfornito di documento d'identità del consumatore e di copia del contratto di appalto.

95. Nemmeno risulta agli atti, come sostenuto dai Professionisti che essi siano divenuti consapevoli del fenomeno della pubblicazione di false recensioni solo il 19 dicembre 2022, che la lettera di "*Cease and Desist*" inviata da TrustPilot il 2 settembre 2021 riguardasse solo la pubblicazione di recensioni "*raccolte presso gli Show Room*" di FR e che "*la lettera di «Cease and Desist» del 6 gennaio 2023 [...] pur riferendosi nuovamente alle recensioni «fabricated» - concerne in realtà una condotta differente da quella contestata nel 2021 e, peraltro, neanche temporalmente collegata a quest'ultima*"⁹⁸.

Infatti, la comunicazione di TP del 2 settembre 2021 inviata a FR riguardava chiaramente la pubblicazione di false recensioni: infatti, essa si intitola "*Cease and Desist notice - Breach of Trustpilot Guidelines (Fake reviews)*", cita testualmente più volte l'individuazione di false recensioni su FR da parte dei sistemi anti-frode della piattaforma nel periodo luglio-settembre 2021, nonché l'intento di manipolare il comportamento dei consumatori ("*our fraud detection software has identified and removed [5-15] fake reviews from facileristrutturare.it between [omissis] July 2021 and [omissis]*")

⁹⁸ In proposito la comunicazione di TP del 24 agosto 2021, citata dai Professionisti a loro favore, afferma altresì che "*your employees or anyone linked with your business must not write a review of your business*" e "*We take steps to stop businesses fabricating reviews whenever we detect it. If we continue to detect this behavior, you will receive additional automated messages, and this may result in a formal notice and ultimately the enforcement steps set out in our Action we Take policy*" (sottolineature aggiunte).

September 2021. Fake reviews are those that do not represent a genuine service or buying experience or are used as a deliberate attempt to manipulate consumer perception or behaviour”) e l’invito a cessare questa condotta (“We do not tolerate review fabrication of any kind. You must immediately cease and desist with engaging in review fabrication”) ⁹⁹. Infine, in tale comunicazione, TP si riservava di terminare l’abbonamento con FR e di inserire un *warning* per i consumatori sulla pagina di FR (“[to] terminate any subscription you have with Trustpilot” e di “[to] place a prominent consumer warning on your business profile page”). In proposito, come già indicato, FR rispondeva a TP il 6 settembre 2021 affermando di aver condiviso internamente le regole della piattaforma in modo da evitare in futuro “errori involontari” (“[omissis], we reviewed and shared your rules in an even more careful way, to prevent any possible and involuntary mistake, [omissis]”). Successivamente, il 5 ottobre 2021, TP chiedeva a FR di svolgere un’indagine interna per determinare l’origine delle recensioni non autentiche (“We therefore ask you to conduct an internal investigation to determine the source of review fabrication”) e di chiarire ai propri dipendenti/collaboratori che non potevano pubblicare recensioni sui servizi di FR, anche ove ne avessero fruito come clienti (“Please also make it clear to staff that, as per our guidelines, they’re never allowed to review the company they work for, even if they’ve bought something or otherwise had an experience”).

Inoltre, la comunicazione del 6 gennaio 2023 di TP si riferisce, tra l’altro, alla sua precedente “*Cease and Desist notice*” del 2 settembre 2021 riguardante l’individuazione e la rimozione di false recensioni (“Previous warning about fake reviews. We had previously issued a Cease and Desist Notice for fake reviews on 2 September 2021 after our fraud engines identified and removed reviews with suspicious patterns”; (sottolineature aggiunte).

96. Ad ogni modo e anche a voler interpretare le comunicazioni di TP del 24 agosto, del 2 settembre e del 5 ottobre 2021 nonché la risposta di FR,

⁹⁹ Per completezza, si riporta un’ampia citazione della comunicazione di “*Cease and Desist*” inviata da TP il 2 settembre 2021 “*We are writing to you because our fraud detection software has identified and removed [5-15] fake reviews from facileristrutturare.it between [omissis] July 2021 and [omissis] September 2021. Fake reviews are those that do not represent a genuine service or buying experience, or are used as a deliberate attempt to manipulate consumer perception or behaviour. This includes reviews that are created by, or on behalf of, the reviewed business. In this case, our systems have detected that the fake reviews removed from Trustpilot relating to your domain originate from your business [...] We do not tolerate review fabrication of any kind. You must immediately cease and desist with engaging in review fabrication*”.

contrariamente alla loro lettera, come riguardanti la sola pubblicazione di recensioni non conformi alle linee-guida di TP, ciò avrebbe comunque dovuto indurre i Professionisti a verificare attentamente l'operato dei loro dipendenti/ collaboratori nella pubblicazione di recensioni sulle piattaforme *on line*, anche con riferimento alla loro autenticità (tenuto pure conto dei citati criteri stabiliti per la valutazione delle *performance* dei collaboratori di FR). Tanto più perché, sin dal settembre 2021, TrustPilot si riservava di terminare il contratto con FR e di inserire un avviso per i consumatori sulla pagina ad esso dedicata (come successivamente avvenuto).

97. Riguardo all'argomento difensivo secondo cui la condotta contestata non avrebbe inciso sulla scelta commerciale del consumatore medio, non avendo influenzato il *rating* di FR pubblicato su TrustPilot si osserva che le violazioni del Codice del consumo costituiscono pacificamente illeciti di pericolo volti a prevenire effetti dannosi anche solo ipotetici per il consumatore¹⁰⁰.

(ii) L'impiego del dato "98% di clienti soddisfatti".

98. Anche la diffusione, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di una percentuale dei clienti soddisfatti (nella specie: il 98%) falsa e decisamente maggiore rispetto a quella reale costituisce una violazione degli articoli. 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettera *b*), e *f*), nonché 22, del Codice del consumo

99. Considerazioni analoghe a quelle sopra esposte per la diffusione di recensioni non autentiche valgono pure per l'impiego, nelle comunicazioni commerciali di FR diffuse via *internet*, del dato falso e fuorviante per i consumatori sulla percentuale del 98% dei clienti soddisfatti dai servizi di questo professionista. Infatti, anche questa condotta, seppur tramite una diversa modalità, è manifestamente finalizzata ad accreditare un livello di soddisfazione degli utenti maggiore di quella reale, potendo indurre in errore i consumatori sulla scelta del professionista cui affidare il servizio di ristrutturazione e sulle sue caratteristiche, nonché sulle capacità e i riconoscimenti attribuiti dai clienti ai Professionisti, in violazione degli articoli. 21, con particolare riferimento al comma 1, lett. *b*), e *f*), nonché 22, del Codice del consumo. Inoltre, anche tale comportamento risulta

¹⁰⁰ Sulla qualificazione dell'illecito consumeristico come di mero pericolo v., ad esempio, le pronunce citate nelle *Osservazioni preliminari*.

manifestamente scorretto e grave sulla base del canone di diligenza professionale *ex* articolo 20, comma 2, del Codice del consumo.

100. Gli elementi istruttori acquisiti confermano che il *claim* “98% [di] *clienti soddisfatti*” è stato diffuso tramite una pagina chiaramente riferibile ai Professionisti¹⁰¹, ove era agevolmente raggiungibile con un rapido *scroll*, ed era enfatizzato nell’ambito dell’importante *partnership* con la Nazionale di calcio e la FIGC¹⁰². Inoltre, i dati rinvenuti in ispezione sulla soddisfazione dei clienti smentiscono apertamente quello del 98% di clienti soddisfatti, attestandosi su percentuali di gran lunga più basse. Ulteriormente, come emerge dal verbale ispettivo, tale dato non risulta fornito dalle funzioni aziendali *marketing* e *customer experience* dei Professionisti e dette funzioni aziendali - nel corso dell’ispezione - non sono riuscite a spiegare l’origine e le modalità di determinazione del dato del 98% di clienti soddisfatti.

101. Riguardo alle argomentazioni difensive dei Professionisti, oltre a quanto sopra indicato, si aggiunge quanto segue.

I *report* sopra citati riguardano proprio la “*analisi [della] customer satisfaction*” (così *VOC REPORT - Consuntivo 2022*, pag. 2, *VOC REPORT - GENNAIO 2023*, pag. 2 e *VOC REPORT - febbraio 2023* pag. 2); inoltre, e ad esempio, il primo cita l’“*andamento [omissis] della soddisfazione del cliente [omissis]*” (pag. 23) e, dunque, proprio il dato ingannevolmente pubblicizzato. In ogni caso, appare non conforme a diligenza professionale e ingannevole dedurre il dato di soddisfazione dei clienti dal numero dei contenziosi instaurati nei confronti di FR, ben potendo un consumatore essere considerato come “non soddisfatto” pure in assenza di un contenzioso (come dimostrano proprio i *report* sopra citati riguardo ad esempio alla percentuale dei “*Detractor*” e dei clienti “*Completamente insoddisfatt[i]*”). Inoltre, anche a voler considerare per stabilire la percentuale di soddisfazione dei clienti il più ampio periodo 2014-2022, i Professionisti avrebbero dovuto definire correttamente tale dato tenendo pure conto di quelli di soddisfazione conseguiti nel 2022 e nei primi mesi del 2023, che risultano ben lontani dal 98%.

102. Sull’applicabilità dell’articolo. 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), del Codice del consumo alla condotta contestata, si rinvia a quanto affermato riguardo alla condotta sulle false recensioni. Si precisa che la contestazione

¹⁰¹ Cfr. l’estensione dell’indirizzo *web* <https://promo.facileristrutturare.it>.

¹⁰² Cfr. le rilevazioni effettuate d’ufficio, ad esempio, il 7, il 16 e il 22 marzo 2023, alla citata pagina, dove comparivano le immagini di Roberto Mancini e Paola Marella (noti *testimonials* di FR) L’importanza di tale *partnership* è provata, anche attualmente, dalla circostanza che la stessa, al 12 settembre 2023 e al 22 novembre 2023, è ancora pubblicizzata sulla *home page* del sito di FR.

dell'articolo 22 del Codice del consumo riguardava la mancata indicazione, alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, dei criteri utilizzati per definire il dato di soddisfazione pubblicizzato del 98%.

C) L'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di IVA agevolata.

103. L'applicazione di un costo occulto ai consumatori in caso di acquisto di materiali per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata al 10%, costituisce una violazione degli articoli 20, comma 2, 21, con particolare riferimento al comma 1, lettera *d*), e 22, del Codice del consumo.

In primo luogo, tale condotta è idonea a indurre in errore, anche mediante omissioni informative, i consumatori riguardo al prezzo dei materiali impiegati nella ristrutturazione o al “*modo in cui questo è calcolato*”, ove acquistati tramite di esso, e dunque rispetto a una voce di costo rilevante per la decisione commerciale del consumatore, in violazione degli articoli 21, con particolare riferimento al comma 1, lettera *d*), e 22 del Codice del consumo

Inoltre, pure tale comportamento risulta manifestamente contrario al dovere di diligenza professionale di cui all'articolo 20, comma 2, del Codice del consumo (analogamente a quanto affermato per la condotta sulle false recensioni), in quanto contrario a basilari principi di correttezza e buona fede.

104. Dalle evidenze istruttorie, risulta che i Professionisti hanno sistematicamente applicato ai consumatori un costo occulto tramite l'aumento unilaterale dell'imponibile dei materiali di finitura delle ristrutturazioni in misura pari alla differenza tra l'aliquota IVA ordinaria al 22% e quella agevolata al 10%, in base a una non precisata “*policy aziendale*”. In proposito, i Professionisti hanno omesso di informare i consumatori dell'applicazione di tale ricarico, sia nei contratti e nei capitolati cui essi hanno aderito sia secondo altre modalità¹⁰³, approfittando indebitamente della circostanza per cui il costo totale della fornitura (imponibile del materiale ed IVA) fosse il medesimo con IVA al 22% e al 10%. Come descritto nella parte sulle evidenze acquisite, tale condotta

¹⁰³ V., ad esempio, le segnalazioni prot. n. 61523 del 18 luglio 2023, prot. n. 71500 del 5 settembre 2023 ed e-mail del 28 febbraio 2023, rinvenuta in ispezione, tutte citate nelle evidenze acquisite.

scorretta era sistematicamente realizzata tramite la predisposizione di due distinti preventivi: il primo del fornitore dei materiali ed intestato a FR (ma firmato dal consumatore) con IVA al 22% e il secondo di FR con imponibile aumentato ed IVA al 10% (cfr. sul punto, tra l'altro, numerose segnalazioni).

105. In tale contesto, i Professionisti, anche tramite i loro dipendenti/collaboratori facenti parte della rete vendita, hanno provato a giustificare l'applicazione ai consumatori di tale costo occulto, facendo scorrettamente ed ingannevolmente riferimento, ad esempio, al *“10,7% di interessi bancari”* e/o a un *“imponibile ricalcolato dal preventivo fornitore sul quale era applicata l'iva al 22%”*, omettendo altresì di rispondere alle richieste di chiarimento formulate dai clienti.

106. Sul punto, la responsabilità dei Professionisti è ampiamente provata dai reclami a FR rinvenuti in ispezione, dalle segnalazioni pervenute all'Autorità dopo l'avvio del procedimento, da quanto testualmente riportato nelle *“Indicazioni [omissis] - 3 febbraio 2023 - Linee guida per i collaboratori”*¹⁰⁴, da quanto dichiarato nella Memoria Difensiva e nelle *slide*, esposte nell'audizione del 14 giugno 2023, nonché ribadito nella Memoria Finale.

107. Infine, l'indicazione precedentemente contenuta nella FAQ *“Come viene gestito l'acquisto dei materiali?”*, pubblicata sul sito di FR tra la fine di febbraio e l'inizio di marzo 2023, secondo cui *“Facile Ristrutturare applica generalmente un mark-up alle vendite dei prodotti”* risulta comunque ambigua ed omissiva, poiché non indicava chiaramente la natura di questo costo occulto, il suo ammontare e le sue modalità di calcolo. In ogni caso, l'introduzione di tale precisazione in una pagina secondaria del sito di FR risulta: (i) tardiva rispetto all'avvenuta applicazione del ricarico in esame, che per stessa ammissione dei Professionisti è avvenuto dal 1° gennaio 2021 all'8 gennaio 2023 e (ii) inidonea a rimediare al pregiudizio cagionato ai consumatori dal pagamento di tale costo occulto.

108. Riguardo alle argomentazioni difensive dei Professionisti sulla seconda pratica, oltre a quanto sopra indicato, si precisa quanto segue. Il presente procedimento non riguarda il fatto che il consumatore, nell'ambito di un contratto di appalto concluso con FR, potesse affidare a questo professionista pure la gestione pratica dello sconto in fattura contro il pagamento di un corrispettivo, ma la circostanza che i Professionisti applicassero, in ogni

¹⁰⁴ Cfr. le *“Indicazioni [omissis] - 3 febbraio 2023 - Linee guida per i collaboratori”*, secondo cui *“Per i clienti che sceglievano di appoggiarsi alla gestione di Facile Ristrutturare, si applicava come da policy aziendale condivisa con il cliente un ricarico del 10%. Il costo finale per il cliente rimaneva dunque il medesimo”*.

caso, un costo aggiuntivo tramite l'aumento dell'imponibile, senza indicarlo affatto o comunque in modo del tutto inadeguato al consumatore. In tal senso, neppure rileva l'approvazione del preventivo del fornitore e di quello di FR da parte del consumatore; ciò non elide in alcun modo l'intrinseca opacità ed ingannevolezza della condotta.

109. Ulteriormente, riguardo all'argomento difensivo dei Professionisti secondo cui l'articolo 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del consumo non riguarderebbe le condotte contestate, proibendo tale norma solo l'applicazione, nel corso della transazione, di ulteriori voci di costo, si osserva quanto segue. In primo luogo, l'articolo 21, comma 1, lettera *d*), è formulato in termini generali ed esemplificativi riguardo agli elementi che attengono al prezzo di un prodotto o di un servizio e/o al "*modo in cui questo è calcolato*". Inoltre, nel caso in esame, il consumatore si aspettava legittimamente, tramite l'applicazione del più favorevole regime IVA al 10%, una riduzione del prezzo complessivo dei materiali acquistati tramite FR, mentre i Professionisti hanno ingannevolmente aumentato l'ammontare dell'imponibile, "incamerando" in modo occulto il beneficio derivante ai consumatori dall'applicazione dell'aliquota IVA al 10% anziché al 20%.

110. Ancora, la contestazione di omissività di cui all'articolo 22 del Codice del consumo, che si aggiunge a quelle *ex* articoli 20 e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del consumo, è giustificata proprio dalla mancata o comunque non chiara indicazione da parte dei Professionisti dell'applicazione di tale ricarico, che ha determinato il maggiore esborso per i consumatori nella misura sopra indicata.

111. Infine, riguardo all'asserito numero esiguo delle segnalazioni pervenute ai Professionisti e/o all'Autorità, si ricorda che "*l'eventuale esiguità delle segnalazioni non rileva ai fini della configurabilità della scorrettezza di una pratica commerciale*" trattandosi di un illecito di pericolo¹⁰⁵.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

112. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del consumo - così come recentemente modificato dall'art. 1, comma 7, del D.lgs. n. 26/2023 - con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a

¹⁰⁵ V., ad esempio, Consiglio di Stato, 15 luglio 2019, n. 4976, sul caso *Tripadvisor* e la giurisprudenza citata nelle *Osservazioni preliminari*.

10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione ed anche delle condizioni economiche e patrimoniali del Professionista.

Ai fini del presente procedimento, la predetta modifica normativa rileva relativamente alla Pratica Commerciale *sub A*), posto che la condotta di diffusione di false recensioni *on line*, risulta continuata dopo dell'entrata in vigore del richiamato D.Lgs. n. 26/2023. Diversamente, tale modifica normativa non rileva per la Pratica Commerciale *sub B*), che è cessata prima del 2 aprile 2023.

113. In caso di procedimento che abbia a oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza 10 dicembre 2020, n.7852).

114. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: 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.

115. Riguardo alle infrazioni poste in essere dai Professionisti, nel valutare la gravità delle violazioni si tiene conto, in generale, dei seguenti elementi: (i) la specificità del settore delle ristrutturazioni, che pone il consumatore committente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto alle imprese appaltatrici; (ii) i mezzi impiegati per la diffusione delle condotte contestate, ossia le piattaforme *on line* Trustpilot e Opinioni.it, il sito internet di FR (<https://www.facileristrutturare.it/>) e la pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, tutti strumenti suscettibili di raggiungere rapidamente un elevato numero di consumatori localizzati sull'intero territorio nazionale, nonché la propria rete vendita, parimenti localizzata sull'intero territorio nazionale; (iii) lo sfruttamento della notorietà e della credibilità acquisita dai Professionisti presso il pubblico tramite la *partnership* con la Nazionale di Calcio, la FIGC e l'impiego, nelle proprie numerose e diversificate comunicazioni commerciali, di noti *testimonials* come Paolo Marella e Roberto Mancini; (iv) l'entità complessiva del pregiudizio economico derivato ai consumatori, in ragione della natura del servizio di ristrutturazione prestato, connotato da un rilevante prezzo e che richiede

importanti investimenti.

116. Riguardo alla rilevante dimensione economica dei Professionisti, e specialmente di FR, si osserva quanto segue. FR ha presentato un *trend* in crescita di ricavi e utili a partire dal 2019 al 2021, ottenendo ricavi delle vendite e delle prestazioni di oltre 53,4 milioni di euro nell'esercizio 2019, di oltre 72 milioni di euro nel 2020 e di oltre 203 milioni di euro nel 2021, per poi scendere a 145 milioni di euro nel 2022 (con utili rispettivamente, in questi esercizi, di circa euro 821.000, 553.000, oltre 15 milioni e oltre 5 milioni di euro). Per FR il margine operativo lordo (MOL) nel 2022 risulta pari a [2-10 milioni di] euro. Renovars S.p.A. ha realizzato ricavi delle vendite e delle prestazioni per oltre 5,3 milioni di euro nell'esercizio 2022 e per oltre 3,2 milioni di euro nell'esercizio 2021, conseguendo, rispettivamente, un utile di oltre 12,4 milioni di euro e oltre 516.000 euro. In particolare, tale società ha ottenuto proventi da partecipazioni per oltre 13,6 milioni di euro nel 2022 e oltre 533.000 nel 2021¹⁰⁶. Per Renovars S.p.A. il MOL, nel 2022, risulta pari a [200.000-1.000.000] euro.

117. Ai fini della valutazione in termini di gravità della Pratica Commerciale *sub A*, rileva la pluralità dei profili di illiceità riscontrati e la specifica tipologia delle infrazioni, caratterizzate da un significativo grado di offensività. In particolare, come sopra indicato, la diffusione di recensioni *on line* non autentiche è idonea ad avere un impatto rilevante sulle decisioni commerciali dei consumatori, poiché i giudizi di altri clienti che hanno già fatto esperienza, di un determinato servizio possono orientarne sensibilmente le scelte; nel caso di specie, rileva altresì la notevole diffusione delle false recensioni *online* tramite le importanti piattaforme TrustPilot e Opinioni.it, benché l'istruttoria non abbia evidenziato l'esistenza di un sistema "centralizzato" e direttamente gestito dai soggetti apicali/amministratori dei Professionisti per la diffusione di recensioni *on line* non autentiche.

Parimenti, pure la diffusione di un dato falso e molto elevato sul livello di soddisfazione dei clienti (il 98%), molto diverso ed assai maggiore di quello reale, poteva contribuire in modo rilevante a orientare le scelte economiche dei consumatori verso i servizi dei Professionisti.

118. Per quanto riguarda la durata della Pratica Commerciale *sub A*, dagli elementi disponibili in atti risulta quanto segue.

(i) La condotta di diffusione di false recensioni *on line* risulta posta in essere quantomeno a partire dal 21 marzo 2019, data dell'inserimento della prima

¹⁰⁶ Fonte banca dati Telemaco-Infocamere.

recensione considerata non autentica sulla piattaforma Opinioni.it. I Professionisti ammettono che questa condotta è durata fino a tutto marzo 2023¹⁰⁷; inoltre, contrariamente a quanto da essi affermato, tale condotta risultava ancora in essere all'11 maggio 2023, poiché la pagina del sito di TrustPilot dedicata a FR permetteva alle recensioni sui suoi servizi, almeno fino a quella data, l'avviso che la piattaforma stava svolgendo indagini sulle recensioni pubblicate e secondo quanto dichiarato da Opinioni.it. “[a]lla data del 12 maggio 2023, sono [100-400] le opinioni respinte perché l'IP era comune ad altri utenti”. Anche con riferimento ai profili di *culpa in vigilando* rispetto all'attività dei dipendenti/ collaboratori dei Professionisti, questa condotta risulta interrotta, in data 1° ottobre 2023, tramite l'entrata in vigore delle modifiche al processo di valutazione delle recensioni, confluite nel “*Mansionario Store Manager*” e nella procedura sanzionatoria, secondo quanto indicato nella Memoria Finale. Dunque, la condotta contestata risulta posta in essere quantomeno dal 21 marzo 2019 al 30 settembre 2023.

(ii) Il *claim* “98% di clienti soddisfatti”, per stessa ammissione dei Professionisti, risulta essere stato diffuso almeno dal 24 dicembre 2022 al 26 marzo 2023 ed è stato rimosso dopo l'avvio del presente procedimento¹⁰⁸. Ai fini della quantificazione della sanzione, si deve, tuttavia, rilevare che questa condotta risulta cessata prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. n. 26/2023.

119. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile in solido a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. per la Pratica Commerciale sub A nella misura di 500.000 (cinquecentomila) euro.

120. Ai fini della valutazione in termini di gravità della Pratica Commerciale sub B, fermo restando quanto dianzi indicato circa la rilevante dimensione economica dei Professionisti, occorre considerare la specifica tipologia dell'infrazione, caratterizzata da un significativo grado di offensività, l'entità complessiva del pregiudizio economico causato ai consumatori e le rilevanti utilità conseguite dai Professionisti. Sul punto, rileva altresì che i consumatori si attendessero dai Professionisti, dai loro dipendenti/collaboratori e dalla loro rete di vendita una condotta pienamente conforme a diligenza professionale, tenuto conto pure della rilevanza degli investimenti effettuati e del rapporto fiduciario intercorrente tra appaltatori e consumatori committenti.

121. Per quanto riguarda la durata della Pratica Commerciale sub B, il costo

¹⁰⁷ Cfr. pag. 36 della Memoria Finale.

¹⁰⁸ Cfr. pag. 11 della Memoria Difensiva.

occulto fatto pagare ai consumatori in caso di IVA agevolata, per stessa ammissione dei Professionisti, risulta essere stato applicato dal 1° gennaio 2021 all'8 gennaio 2023.

122. Con riferimento all'utilità conseguita dai Professionisti rileva quanto segue. L'aumento unilaterale dell'imponibile dei materiali di finitura - riguardante la differenza tra l'aliquota IVA ordinaria al 22% e quella agevolata al 10% - sulla base delle risultanze istruttorie, è pari al 10%, arrotondato per difetto. Secondo le informazioni rese dai Professionisti, sono stati conclusi con consumatori, rispettivamente, nel 2022 e nel 2021, [4.000-7.000] e [4.000-7.000]¹⁰⁹ contratti di ristrutturazione immobili.

Nella Memoria Difensiva, i Professionisti, nel rispondere a specifica domanda degli Uffici, hanno dichiarato di non essere in grado di indicare il numero dei consumatori cui è stato applicato il "ricarico del 10%" nelle annualità 2021 e 2022¹¹⁰; pertanto, per definire tale dato può farsi riferimento alle segnalazioni presenti agli atti. In base ad esse, si può stimare che circa il 65% dei contratti conclusi da FR con i consumatori riguardasse l'acquisto di materiali di finitura per le ristrutturazioni tramite FR e presso i suoi fornitori *partner* con IVA agevolata; riducendo prudenzialmente e a favore dei Professionisti, tale percentuale, si può stimare che il 50% dei contratti siano stati interessati dal predetto ricarico. Si può quindi considerare, ancora tramite una stima per difetto, che, complessivamente, almeno [4.000-7.000] contratti nel biennio 2021 - 2022 siano stati interessati dall'aumento unilaterale dell'imponibile.

Inoltre, sulla base delle segnalazioni agli atti, il valore medio dei materiali acquistati dai consumatori segnalanti risulta, arrotondato per difetto, di 17.000 euro.

Alla luce delle predette considerazioni, tenuto della stima (prudenziale e per difetto): del numero dei contratti interessati dalla pratica nel biennio 2021 - 2022, del ricarico del 10% e del valore medio dei materiali di finitura acquistati dai consumatori, si può concludere che i Professionisti abbiano conseguito dalla Pratica Commerciale *sub B* un'utilità lorda di 8.500.000 euro. Tale valore è ulteriormente abbattuto del 50%, sempre a favore dei Professionisti, per tenere conto delle spese sostenute per la gestione dello sconto in fattura, come rappresentato nelle loro difese¹¹¹ e del carattere empirico della presente stima, ottenendo l'importo, 4.250.000 di euro.

¹⁰⁹ Cfr. pag. 16 della Memoria Difensiva per i contratti conclusi nel 2022 e pag. 7 della memoria difensiva inviata nel procedimento PS/12286, il 19 maggio 2022, per i contratti conclusi nel 2021.

¹¹⁰ Cfr. pag. 16 della Memoria Difensiva.

¹¹¹ Ad esempio, si tratterebbe delle spese per [omissis] (cfr. Memoria Finale, pagg. 26-27).

Tenendo conto della possibile riduzione di ricavi e utili dei Professionisti nel corso 2023, tale valore è, infine, ridotto prudenzialmente a 4.000.000 di euro.

123. Sulla base di tali elementi e considerazioni, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile in solido a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., per la Pratica Commerciale sub B, nella misura di 4.000.000 (quattro milioni) euro.

124. Le sanzioni dianzi indicate, rispettivamente, per la Pratica Commerciale *sub A* e per la Pratica Commerciale *sub B*, risultano pienamente proporzionate in considerazione delle dimensioni economiche dei Professionisti, della gravità e durata delle condotte poste in essere, e dell'utilità da essi conseguita, nonché funzionali a garantire alla sanzione il suo necessario carattere di deterrenza, generale e specifica, tenuto anche conto dei massimi edittali applicabili alle due pratiche, rispettivamente, di 10.000.000 e 5.000.000 euro.

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la Pratica Commerciale *sub A*, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), e 22, del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori circa le caratteristiche (in particolare la qualità, la serietà, la tempistica, la convenienza e i risultati attesi) del servizio di ristrutturazione di immobili residenziali offerto dai Professionisti, nonché sulle loro qualifiche, capacità e sui riconoscimenti attribuiti dai clienti ai loro servizi, attraverso la diffusione di recensioni *on line* non autentiche e alla pagina <https://promo.facileristrutturare.it/ristrutturazioni-chiavi-in-mano-preventivo-gratuito/>, di un dato falso sulla percentuale dei clienti soddisfatti dai servizi di Facile Ristrutturare;

RITENUTO, pertanto, anche alla luce del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la Pratica Commerciale *sub B*, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A. risulta scorretta ai sensi degli articoli. 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*), e 22, del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori, anche mediante omissioni informative, circa il prezzo dei materiali per la ristrutturazione acquistati tramite Facile Ristrutturare S.p.A.;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II.A del presente provvedimento, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere *b*) e *f*), e 22, del Codice del consumo, e ne vieta la reiterazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II.B del presente provvedimento, posta in essere da Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettera *d*), e 22, del Codice del consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare, in solido, a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., per la violazione di cui al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di 500.000 €(cinquecentomila euro);

d) di irrogare, in solido, a Facile Ristrutturare S.p.A. e Renovars S.p.A., per la violazione di cui al punto *b*) una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000.000 €(quattromilioni di euro).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate 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'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, 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'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 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'articolo 135, comma 1, lett. 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli