

Avviso importante per espositori!

NESSUNA AGENZIA ESTERNA È AUTORIZZATA A PROPORRE PUBBLICITÀ SU CATALOGHI O GUIDE A NOME DI FIERE DI PARMA. TUTTE LE INIZIATIVE PROMOZIONALI VENGONO COORDINATE DIRETTAMENTE DA FIERE DI PARMA

Gentile Espositore, richiamiamo la Sua attenzione per farle sapere che nessuna agenzia esterna è autorizzata a proporre e ricevere pubblicità su cataloghi o guide a nome di Fiere di Parma.

Tutte le iniziative promozionali di questa natura vengono svolte direttamente da Fiere di Parma Spa.

Apprendiamo che le società Fairguide - Construct Dataverlag, Expo-Guide, International Fairs Directory con sede a Montevideo - Uruguay, Construct Data Verlag GmbH e Commercial Online Manuals S de RL de CV, contattano gli Espositori di varie Manifestazioni offrendo inserzioni pubblicitarie a pagamento su cataloghi virtuali consultabili sui loro siti, utilizzando i nomi di Fiere, rassegne fieristiche italiane e di Aziende espositrici.

Fiere di Parma non ha mai autorizzato nessuna di queste società ad usare i propri marchi ed altri dati, ed è completamente estranea all'attività svolta dalle stesse.

Nel caso in cui riceviate il modulo/contratto di queste o altre aziende simili, Vi consigliamo di leggere molto attentamente tutte le condizioni prima di sottoscrivere l'acquisto.

Le sopra citate società (Fairguide - Construct Dataverlag, Expo-Guide, International Fairs Directory con sede a Montevideo - Uruguay, Construct Data Verlag GmbH e Commercial Online Manuals S de RL de CV), forniscono anche formulari che si presentano come richiesta di conferma dati per l'inserimento gratuito in guide on-line.

Il modulo si presenta con il nome della nostra fiera, ma non è in alcun modo collegato alle nostre manifestazioni né alla sua organizzazione!

Da una lettura superficiale potrebbe sfuggire che l'invio dei moduli con i dati corretti equivale a sottoscrivere un'inserzione a pagamento. Invitiamo i nostri espositori che ricevessero analoga proposta a porre la massima attenzione, leggendo attentamente le caratteristiche del documento, in piena consapevolezza che non si tratta di un semplice "aggiornamento dati" bensì di "aggiornamento dati a pagamento".

Un altro modulo che potreste ricevere è intestato come REGISTRO ITALIANO IN INTERNET, dove vi si chiede di verificare i vs. dati relativi al suddetto registro, ma che non ha NULLA a che vedere con la registrazione o rinnovo del vs. dominio internet.

In queste lettere di offerta le sopra citate società (Fairguide - Construct Dataverlag, Expo-Guide, International Fairs Directory con sede a Montevideo - Uruguay, Construct Data Verlag GmbH e Commercial Online Manuals S de RL de CV) usano il nome di manifestazioni italiane ed estere - tra cui appunto quelle organizzate e/o ospitate della presente oltre che delle aziende che vi espongono.

A tale proposito, desideriamo precisare che le sopra citate Società non sono MAI state autorizzate da Fiere di Parma ad usare il nome e/o il logo della manifestazioni di proprietà di Fiere di Parma e tantomeno i dati relativi alle aziende espositrici, e non sono MAI state incaricate di raccogliere pubblicità per conto di Fiere di Parma.

Fiere di Parma è totalmente estranea all'attività svolta dalle sopra citate società.

La pubblicità offerta da "Fairguide - Construct Dataverlag", "Expo-Guide", "International Fairs Directory con sede a Montevideo - Uruguay", "Construct Data Verlag GmbH" e "Commercial Online Manuals S de RL de CV", non rientra tra le proposte promozionali di Fiere di Parma inserite sui nostri moduli (che riportano chiaramente i dati e i loghi - depositati e registrati delle manifestazioni di FIERE DI PARMA).

Per ulteriori informazioni sugli interventi dell'AGCM, consultate il sito: <http://www.agcm.it/>

PS11138 - MULPOR-INTERNATIONAL FAIRS DIRECTORY

Provvedimento n. 27552

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 febbraio 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" 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;

VISTA la comunicazione di avvio del procedimento PS11138 del 27 giugno 2018;

VISTO il proprio provvedimento del 15 ottobre 2018, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga di quarantacinque giorni del termine di conclusione del procedimento, in ragione della necessità di estendere soggettivamente il procedimento e assicurare un adeguato contraddittorio alle Parti; VISTI gli atti del procedimento;

LE PARTI

1. Mulpor Company S.A., con sede in Uruguay, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società è editrice di una piattaforma informativa sui principali eventi fieristici, denominata International Fair Directory, accessibile attraverso il sito www.inter-fairs.com. Tale piattaforma include anche un database degli enti organizzatori e degli espositori, tra i quali figurano anche imprese attive in Italia, parte delle quali sono microimprese di cui all'articolo 18, comma 1, lettera d-bis), del Codice del Consumo.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

2. Mulpor Company s.r.l., con sede in Costa Rica, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società agisce in qualità di referente per la corrispondenza con le aziende i cui nominativi compaiono nella International Fair Directory; inoltre, il proprio Legal Department cura il contenzioso con le aziende espositrici che figurano nella Directory.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

3. Dato che le due società hanno egualmente contribuito alla pratica commerciale oggetto del presente procedimento, con ruoli non chiaramente separati ed indipendenti, nel seguito esse verranno collettivamente indicate come "*Mulpor*".

4. Connect Publisher SC (di seguito anche "*Connect Publisher*"), con sede in Messico, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società ha operato come editore e referente della citata International Fair Directory tramite il sito internet www.inter-fairs.com, nonché nella vendita di spazi pubblicitari a pagamento sulla Directory, prima del subentro di Mulpor in tali attività a partire dal febbraio 2016.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

5. PayTrac Lda (di seguito anche "*PayTrac*"), con sede in Portogallo, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società presta attività di gestione dei pagamenti relativi alle inserzioni a pagamento sulla International Fair Directory, per conto di Connect Publisher e Mulpor.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

6. FINAD Economy Lda (di seguito anche "*Finad*"), con sede in Portogallo, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società presta attività di gestione dei pagamenti relativi alle inserzioni a pagamento sulla International Fair Directory, per conto di Mulpor.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

7. IBCM International Business Convention Management Ltd (di seguito anche "*IBCM*"), con sede a Cipro, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società svolge attività di "recupero crediti internazionali" in caso di mancato pagamento di fatture emesse dai professionisti per l'acquisto delle inserzioni a pagamento sulla International Fair Directory.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

8. Credit Collection Factoring S.r.o. (di seguito anche "CCF"), con sede nella Repubblica Ceca, in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo.

La società presta un'attività di "recupero crediti internazionali" in caso di mancato pagamento di fatture emesse dai professionisti per l'acquisto delle inserzioni a pagamento sulla International Fair Directory, anche proponendo conciliazioni transattive per il recupero di tali crediti.

Il professionista non ha fornito i propri dati contabili nel corso del procedimento.

9. Le microimprese Industrie Soffio S.r.l., Jvf S.r.l., Security Self Storage S.a.s. e l'impresa MiTi S.p.A., in qualità di partecipanti al procedimento.

LA PRATICA COMMERCIALE

10. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dai professionisti, consistenti nella ingannevole prospettazione di un modulo d'ordine per l'acquisto di spazi pubblicitari come formulario per la verifica dei dati aziendali inseriti nella *International Fairs Directory* ad insaputa della microimpresa o impresa destinataria del modulo, nella conseguente attivazione non richiesta di contratti triennali di acquisto di spazi pubblicitari sulla *International Fairs Directory* a carico di imprese e microimprese italiane operanti in vari settori, nella successiva richiesta di pagamento dei presunti crediti vantati per i servizi non richiesti e nella minaccia di avvio di costose procedure internazionali per il recupero coattivo di tali crediti qualora l'impresa o microimpresa destinataria non avesse accettato una proposta transattiva.

11. In particolare, secondo le centinaia di segnalazioni giunte a partire dal 2016 da parte di imprese e microimprese, Connect Publisher e da febbraio 2016 Mulpor hanno indotto imprese e microimprese alla sottoscrizione non consapevole di contratti di acquisto di spazi pubblicitari sulla *International Fairs Directory*, mediante l'ingannevole presentazione dell'offerta di acquisto come sollecito di verifica ed eventuale aggiornamento dei dati contenuti nella Directory, pena il rischio di loro cancellazione, ricevuto in connessione alla partecipazione ad una manifestazione fieristica evidenziata nel sollecito; alla lettera di sollecito è infatti allegato un Formulario contenente i dati da verificare, la cui eventuale sottoscrizione comporta la sottoscrizione del suddetto contratto triennale.

12. Servendosi di PayTrac e FINAD, Connect Publisher e Mulpor hanno inviato numerosi solleciti di pagamento alle microimprese ingannate.

13. A fronte del disconoscimento della volontà di acquisto e del conseguente rifiuto, da parte delle microimprese, di pagare somme non dovute, Mulpor ha avviato (anche per conto di Connect Publisher) le procedure di riscossione dei crediti vantati, dando incarico alle società di recupero crediti internazionali IBCM e CCF.

CCF e IBCM hanno ripetutamente richiesto il pagamento dei crediti suddetti, minacciando di ricorrere a procedure internazionali di recupero coattivo – il cui ingente costo sarebbe stato addebitato alle microimprese stesse – qualora le microimprese non avessero pagato o accettato gli accordi transattivi talvolta proposti da CCF.

LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

L'iter del procedimento

14. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 27 giugno 2018 è stato comunicato a Mulpor, Connect Publisher, PayTrac, CCF e IBCM l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11138 per possibile violazione degli artt. 20, 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere d) ed e), e 26 comma 1, lettera f), del Codice del Consumo.

In tale sede, veniva in particolare ipotizzata la scorrettezza della condotta consistente nell'indurre con l'inganno le microimprese a sottoscrivere inconsapevolmente con Mulpor o Connect Publisher un abbonamento triennale ad un servizio di pubblicazione di annunci pubblicitari a pagamento; (b) nel pretendere, mediante ripetute richieste, il pagamento di fatture intestate a PayTrac Lda o Finad Economy emesse a fronte della pubblicazione non richiesta di tali annunci, affidando a IBCM e CCF il recupero del credito vantato, mediante pressanti solleciti e la minaccia di azioni legali internazionali per la riscossione coattiva, in caso di rifiuto da parte delle microimprese di pagare le somme pretese.

15. Considerato l'elevato numero di segnalanti, un avviso di avvio istruttorio è stato pubblicato sul Bollettino settimanale dell'Autorità n. 28 del 23 luglio 2018.

16. Attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della comunicazione di avvio da parte di alcune Parti, si è altresì proceduto alla comunicazione di avvio del procedimento mediante pubblicazione di un apposito avviso pubblicato sul Bollettino settimanale dell'Autorità n. 31 del 13 agosto 2018, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 6, comma 2 del Regolamento.

17. In data 12 ottobre 2018 il procedimento è stato esteso soggettivamente nei confronti di FINAD Economy Lda, attiva nella fatturazione degli annunci sulla *International Fairs Directory* oggetto del procedimento.

18. In data 28 settembre, 9 ottobre e 16 ottobre 2018 sono pervenute le istanze di partecipazione al procedimento, ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento, da parte rispettivamente di Industrie Soffio S.r.l., MiTi S.p.A. e Jvf S.r.l., tutte successivamente accolte. Il loro accoglimento è stato comunicato alle Parti in data 30 novembre 2018.
19. In data 30 novembre 2018 è stata inviata alle Parti, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, la Comunicazione della data di conclusione della fase istruttoria ("CTI").
20. In data 11 dicembre 2018 è pervenuta un'istanza di partecipazione al procedimento, ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento, da parte di Security Self Storage sas, accolta il successivo 21 dicembre.
21. In data 14 dicembre 2018 è pervenuta una memoria da parte di Industrie Soffio S.r.l..
22. Attesa la mancata ricezione di riscontri al tentativo di trasmissione della suddetta CTI a Mulpor, PayTrac, FINAD e IBCM, si è altresì proceduto alla comunicazione della data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 19, comma 2, del Regolamento, mediante pubblicazione sul Bollettino n. 3 del 21 gennaio 2019, dando a tali società ulteriori 10 giorni dalla pubblicazione per l'invio di memorie difensive.
23. Nel corso del procedimento le Parti non hanno prodotto alcuna memoria o documentazione, né hanno risposto alle richieste di informazioni allegate alla Comunicazione di avvio, né hanno fornito i propri dati contabili.

Le evidenze acquisite

III.2.1 La proposta di acquisto degli spazi pubblicitari

24. Dalle centinaia di segnalazioni ricevute da imprese e microimprese¹ a partire dal 2016 emerge che Mulpor e, in precedenza, Connect Publisher raccolgono i dati aziendali di varie microimprese italiane, appartenenti a diversi settori produttivi e attive a livello fieristico in Italia e all'estero, inserendoli unilateralmente, ad insaputa delle microimprese stesse, nella banca dati denominata *International Fairs Directory* ("IFD"), alla quale si accede attraverso il sito www.inter-fairs.com.

Editore di IFD e referente per gli inserzionisti è stata inizialmente Connect Publisher². Essa ha trasferito nel febbraio 2016 tutti i propri diritti su IFD a Mulpor, che ne ha preso il ruolo di editore e referente³.

25. In particolare è emerso che, dopo la partecipazione ad un evento fieristico, alcune microimprese hanno ricevuto da Mulpor – ed in precedenza da Connect Publisher – delle comunicazioni via posta ordinaria costituite da: una lettera di accompagnamento, un Formulario (contenente già prestampati i principali dati aziendali della microimpresa stessa) e talvolta una nota informativa (cfr. Fig. 1).

Tutti i documenti sembrano essere stati tradotti da un'altra lingua in un italiano imperfetto, caratterizzato da espressioni ambigue o inappropriate.

Fig. 1: Esempio di Lettera di accompagnamento e Formulario

N.B: il nome dell'impresa destinataria e i suoi recapiti sono stati omissati per motivi di privacy

26. Nell'intestazione della lettera di accompagnamento compaiono: in alto a sinistra, il logo "International Fairs Directory"; in alto a destra, a fianco del logo, un riquadro intitolato "La Sua Registrazione", nel quale sono indicati, con grande evidenza, il nome di una fiera e l'ente organizzatore della stessa (cfr. fig. 2).

Figura 2: intestazione Lettera di accompagnamento del Formulario

700.43267951
 [Redacted]
 [Redacted]
 [Redacted]
 Italia

Data 2.12.2016

DATA REPORT 2015 / 2016

27. Nel corpo della lettera, sotto l'intestazione "DATA REPORT 201x/201x", si richiede di verificare e confermare i dati della microimpresa presenti nei "registri" di IFD così come riportati nel Formulario allegato, paventandone altrimenti la cancellazione¹. Nel prosieguo si sottolinea poi l'importanza di procedere all'aggiornamento per la comunicazione con i "visitatori" interessati all'azienda.

28. Solo attraverso questa comunicazione le imprese e microimprese oggetto delle condotte oggetto del procedimento vengono a conoscenza dell'inserimento dei propri dati aziendali nella Directory. Tale comunicazione riporta – in posizione peraltro defilata – il "login number" necessario ad accedere ai dati aziendali presenti nella Directory.

29. Nel capoverso successivo della lettera si ribadisce che è "sommamente importante e nel Suo interesse verificare la validità dei dati e portare a termine ogni opportuna modifica in www.inter-fairs.com" e si promette che "L'inserzione **gratuita apparirà tra i risultati prioritari appena le correzioni saranno ricevute**" (enfasi aggiunta), lasciando intendere che vi siano delle correzioni da inviare, che esse si riferiscano ad una inserzione gratuita, la quale figurerà tra i risultati "prioritari" appena verificata, e che l'aggiornamento dei dati sia gratuito.

30. La lettera continua invitando a "[...] utilizzare il formulario allegato se desidera realizzare un ordine per un annuncio a pagamento". Si avverte poi che "L'aggiornamento gratuito dei dati potrà essere portato a termine unicamente in linea", senza dare tuttavia alcuna informazione su come effettuare tale aggiornamento.

31. La lettera si chiude con l'informazione che "International Fairs Directory non è associata a nessuna fiera o ente organizzatore [ed] è considerata il miglior strumento a livello globale per la consultazione di fiere ed esposizioni" e con i ringraziamenti per l'aggiornamento dei dati.

Sopra al piè di pagina, vengono riportate su tre colonne le seguenti informazioni: A) "Non siamo affiliati a nessun ente organizzatore. L'aggiornamento gratuito dei dati può essere realizzato solamente in linea"; B) "Il nome dell'evento dell'intestazione è presentato ad esclusivo beneficio dell'ente organizzatore [...]"; C) "L'informazione della sua compagnia è già registrata e pubblicata gratuitamente su www.inter-fairs.com".

Infine, nel piè di pagina compare l'indicazione "Contact: Mulpor Company S.A." seguita dai recapiti di Mulpor² e dall'affermazione "IFD [International Fairs Directory] is a protected trademark product of Mulpor Company S.A.". In comunicazioni risalenti al 2016 o ad anni precedenti al posto di Mulpor è citata Connect Publisher S.C., cui è attribuito il trademark product IFD.

32. Alcuni segnalanti³ hanno dichiarato di essere stati indotti a credere che la comunicazione provenisse dall'Ente fieristico o comunque dagli organizzatori della manifestazione fieristica e si riferisse al catalogo degli espositori curato da tale Ente dalla prominente indicazione della manifestazione fieristica alla quale la microimpresa aveva partecipato, dalla coincidenza tra la partecipazione all'evento fieristico⁴ e la ricezione della comunicazione di Mulpor o Connect Publisher.

33. Per ciò che riguarda il Formulario, esso riporta in alto a sinistra il logo di International Fairs Directory e in alto a destra, sotto l'indicazione "Busta per la risposta allegata – Non affrancare", una barra colorata contenente la dicitura in grassetto "La vostra registrazione è stata pubblicata fino ad oggi sotto il seguente evento", cui seguono il nome di una fiera e dell'ente organizzatore – gli stessi riportati nel riquadro in alto a destra della lettera – in caratteri di grande dimensione.

Sopra a questa barra, ma in caratteri più piccoli e senza enfasi, si legge "Questo formulario serve solo per l'inserimento dei dati sotto forma di un annuncio pubblicitario a pagamento".

¹ ["Gentile espositore, nel formulario allegato troverà i dati della Sua compagnia così come appaiono nei nostri registri. Le chiediamo di verificarne e confermarne in tempi brevi la precisione, altrimenti potrebbero essere eliminati durante il prossimo processo di aggiornamento".]

² [Fino almeno al luglio 2017 erano indicati i riferimenti della sede uruguaiana di Mulpor. Nelle comunicazioni più recenti sono indicati invece i riferimenti della sede del Costa Rica.]

³ [Cfr., ex multis, segnalazioni prot. 68762 del 28/10/16, prot. 71373 del 22/10/18, prot.70675 del 18/10/2018, prot. 23392 del 26/2/2018, prot. 22297 del 21/2/18, prot. 13263 del 18/1/17, prot. 81136 del 27/12/16.]

⁴ [Cfr., per esempio, segn. prot. 70387 del 17/10/18.]

Figura 3: Intestazione del Formulario



34. Sotto al nome dell'esposizione e dell'ente organizzatore compaiono i campi – alcuni dei quali già precompilati – con i dati della microimpresa.

Essi sono introdotti dalla seguente richiesta: "Vogliate gentilmente confermare la precisione dei dati con una X", con la quale si invita la microimpresa a verificare i dati relativi a "Nome della compagnia", "Indirizzo", "c.a.p.", "Città", "Telefono", "Fax", "Pagina web", "Posta elettronica", "Reti sociali - Facebook/Twitter/Instagram/Altri", "Persona di contatto/Titolo", "Descrizione dell'attività della compagnia", "Partita Iva". Per ciascuno di essi, è previsto un campo intitolato "correzione".

35. Nell'ultimo quarto della medesima pagina, al termine della sezione contenente i campi da verificare, compare una sezione stampata in caratteri grafici notevolmente più ridotti rispetto al resto del Formulario, che recita: "Ordine: con il presente confermiamo l'esattezza dei dati della nostra compagnia come sopra indicati e celebriamo un contratto giuridicamente valido tra la nostra società e Mulpor Company S.A. [oppure, nei formulari ricevuti nel corso del 2016 o in anni precedenti, Connect Publisher S.C.] (l'Editore) per l'acquisto di uno spazio pubblicitario in www.inter-fairs.com. [...] Con la firma del presente, la nostra compagnia accetta la stipula di un contratto vincolante per i prossimi tre anni, a meno che lo stesso sia annullato entro i dodici giorni successivi alla firma, per mezzo di una raccomandata a/r (farà fede la data del timbro postale)". Segue quindi l'indicazione dell'importo della fattura annuale (1212 euro) e l'informazione che in caso di mancata disdetta del contratto triennale, esso si rinnoverà annualmente. Infine, si afferma "L'unica legge applicabile è quella uruguayana e tanto il foro come la giurisdizione competenti saranno quelli di Montevideo, Uruguay [oppure, se l'Editore è Connect Publisher, quelli di Città del Messico (Distretto Federale)]"

36. A fondo pagina sono riportati due riquadri affiancati, da riempire a cura della microimpresa destinataria della comunicazione con luogo e data di sottoscrizione e con l'apposizione del "Timbro" aziendale e di una "firma legalmente vincolante". Quest'ultima sezione ha dimensione quasi pari a quella della sezione precedente che configura il Formulario come un modulo d'ordine.

37. Il Formulario, inoltre riporta, lungo il fianco sinistro, un codice numerico, che rappresenta, secondo le indicazioni riportate sul sito di IFD, il "login number" necessario ad accedere all'annuncio pubblicato sulla Directory.

38. Talvolta il modulo è accompagnato⁵ da una nota informativa articolata in cinque sezioni: "Chi siamo", "l'oggetto di questo formulario", "Iniziare una sessione nel vostro annuncio gratuito", "Reclami", "Note legali e contatto".

Nella sezione "Chi siamo" si afferma: "La International Fairs Directory è una piattaforma di portata internazionale che presenta un'ampia informazione sul panorama attuale di fiere ed esposizioni. Il sito www.inter-fairs.com fornisce in modo continuo informazioni aggiornate sulle migliaia di eventi fieristici locali e internazionali e sugli organizzatori, così come sulle milioni di imprese associate. Offriamo un servizio pubblicitario di alta qualità e l'opportunità unica di emergere tra milioni di espositori, per ottenere preziosi contatti da parte di potenziali clienti, fornitori e soci".

Nella sezione "l'oggetto di questo formulario" si afferma invece: "Al momento di ricevere questo formulario avete quindi l'opportunità di mantenere il vostro annuncio basico gratuito oppure presentare un ordine per un annuncio pubblicitario a pagamento ad alta efficacia comunicazionale. Potete realizzare tutte le necessarie modifiche al vostro annuncio basico gratuito all'indirizzo www.inter-fairs.com seguendo le indicazioni che troverete sotto la sezione di inizio sessione. L'annuncio a pagamento deve essere richiesto firmando l'ordine nello spazio per la firma legalmente vincolante."

⁵ [Cfr. p.es. segn. prot. 66721 del 28/9/2018. In altri casi (cfr. p.es. segn. prot. 70699 del 18/10/2018) la nota informativa non sembra essere stata ricevuta.]

III.2.2 La fatturazione degli annunci non richiesti e i disconoscimenti

39. Dagli atti del procedimento è emerso che Mulpor e Connect Publisher, dopo aver ricevuto il Formulario sottoscritto dalle microimprese, hanno emesso fattura nei confronti delle microimprese per l' "Annuncio su International Fairs Directory 201x/201x", di ammontare pari a 1.212 euro. La fattura, su carta che riporta il logo di International Fairs Directory, indica come beneficiario del pagamento la Pay Trac Lda, con sede a Lisbona (Portogallo) oppure, a partire dal maggio 2018, FINAD Economy Lda. Si tratta di società di cui Mulpor e Connect Publisher si servono per la gestione finanziaria dei pagamenti internazionali.

40. Dalle segnalazioni pervenute dall'Autorità emerge che, a fronte del ricevimento di tale fatture, le imprese e le microimprese destinatarie, direttamente o attraverso i propri legali, hanno inoltrato via fax e/o via posta ordinaria e/o via posta elettronica disdette, reclami e diffide in cui disconoscevano la propria volontà di acquistare annunci pubblicitari a pagamento sulla IFD.

In particolare, i segnalanti hanno affermato di aver sottoscritto il modulo credendo che esso provenisse dall'Ente organizzatore dell'evento cui avevano partecipato⁶ e di averlo compilato al fine di evitare la cancellazione del proprio nominativo dai registri dell'Ente organizzatore stesso⁷.

41. In diversi casi⁸ i segnalanti hanno, inoltre, rilevato che i dipendenti firmatari del Formulario non avevano alcuna legittimazione a vincolare giuridicamente l'azienda a contratti di acquisto di beni e servizi e che, quindi, in ogni caso il contratto non poteva essere ritenuto validamente sottoscritto.

42. In alcuni casi, i segnalanti hanno anche disconosciuto l'autenticità della propria firma¹⁰.

43. Alcuni segnalanti hanno inoltre contestato l'uso senza autorizzazione sul sito IFD di materiali presi dal proprio sito aziendale e dalle proprie pagine social¹¹.

III.2.3 Avvio delle procedure di riscossione a fronte dei disconoscimenti

44. A fronte delle disdette, dei reclami e delle diffide ricevute, Mulpor, anche per conto di Connect Publisher, ha proseguito nella propria azione di riscossione del credito vantato.

45. Innanzitutto, Mulpor ha proceduto all'invio di diversi solleciti di pagamento, aggiungendo gli eventuali importi asseritamente dovuti per la pubblicazione degli annunci il secondo e il terzo anno nonché interessi di mora e spese, fino a raggiungere importi superiori ai 4.000 euro.

46. A fronte della contestazione, da parte delle imprese e delle microimprese e dei loro legali, della legittimità della pretesa creditoria per un servizio non consapevolmente richiesto, il Legal Department di Mulpor ha inviato lettere standardizzate nelle quali il professionista, facendo leva sulle poche frasi in cui esplicitamente si afferma lo scopo effettivo del Formulario e su alcune espressioni ambigue, afferma la legittimità delle proprie pretese e minaccia di "intraprendere tutte le iniziative legali del caso" qualora la microimpresa non avesse saldato nel termine dato i presunti debiti.

47. Nello specifico, il Legal Department di Mulpor ha sostenuto che nella propria comunicazione sarebbe stato "chiaramente specificato che **International Fairs Directory non è associata a nessuna fiera o ente organizzatore** e che l'utilizzo del formulario d'ordine serve soltanto per richiedere lo sviluppo e la **pubblicazione di un annuncio pubblicitario a pagamento** [...] Come indicato in più punti, **per richiedere questo servizio è necessario firmare e restituire all'Editore il formulario d'ordine allegato, il quale riporta nel dettaglio costi e condizioni generali del servizio proposto.**" (enfasi nell'originale).

Mulpor fa presente anche che le proposte sono inviate per posta e lascerebbero ampio margine di tempo al destinatario per valutare le informazioni contenute e decidere se richiedere o meno il servizio proposto. Secondo Mulpor, "facendo uso dell'ordinaria diligenza il firmatario non può non aver compreso che non siamo legati alla fiera e

⁶ [Cfr. nota 6.]

⁷ [Cfr., per esempio, segnalazioni prot. 11492 del 11/1/17, prot. 72479 del 26/10/18, prot. 81643 del 11/12/2018.]

⁸ [Cfr., per esempio, segnalazioni prot. 82395 del 14/12/18, prot. 64862 del 20/9/18, prot. 74569 del 25/11/16, prot. 13263 del
⁹ /1/17.]

¹⁰ [Segnalazione prot. 79818 del 3/12/18. Una microimpresa si è lamentata delle fatture ricevute da PayTrac, cui era allegato il Formulario che essa riteneva di non aver mai firmato, con l'organizzatore della Fiera cui aveva partecipato e che era riportato (peraltro, incorrettamente) nell' intestazione del Formulario. L'organizzatore, esaminato il Formulario, affermava "se ci fai caso è stata chiaramente falsificata è stata sovrapposta la vostra firma ad un altro foglio con il loro formulario, probabilmente è stato qualcuno che è entrato nella nostra posta, ora abbiamo un antivirus molto efficace". La falsificazione del timbro e della firma di un dipendente sono lamentati anche nella segn. prot. 34848 del 16/4/18 e dalla segn. prot. 23588 del 27/2/18.]

¹¹ [Cfr., per esempio, segnalazione prot. 77423 del 20/11/18.]

che il formulario d'ordine serve soltanto per richiedere lo sviluppo e la pubblicazione di un annuncio pubblicitario a pagamento¹².

III.2.4 Le azioni di recupero crediti

48. In caso di esito infruttuoso dei predetti solleciti, Mulpor ha incaricato (anche per conto di Connect Publisher) due società di recupero crediti internazionali, IBCM e CCF, di riscuotere quanto preteso.

Sulla base di tale incarico, IBCM e CCF hanno inviato alle imprese e microimprese segnalanti pressanti solleciti di pagamento, diffide e "messe in mora", cui è seguito l'invio di una comunicazione contenente una proposta di carattere transattivo.

Tale proposta generalmente prevede il pagamento dei soli importi relativi alle annualità già trascorse del contratto triennale non richiesto di acquisto di spazi pubblicitari – senza interessi di mora e spese legali – e si conclude con la minaccia, in caso di mancata accettazione di tale proposta, dell'avvio di un contenzioso giudiziario internazionale, di cui si prospettano gli elevati costi a carico delle microimprese e la durata. In particolare, CCF ha dichiarato che essi, sulla base di precedenti analoghe controversie, oscillerebbero tra 8.000-10.000 euro e 12.000-20.000 euro (gli importi variano nei diversi solleciti e avvisi) e che il contenzioso avrebbe una durata dai 2 ai 5 anni¹³.

Nelle diffide si indica quale giudice competente generalmente la Suprema Corte de Justicia de Uruguay¹⁴, ma anche altri organi giudiziari argentini sia civili che amministrativi¹⁵, oppure il Tribunal Superior de la Justicia de Ciudad de Mexico in riferimento a crediti vantati da Connect Publisher¹⁶.

49. Ad esempio, nel caso di una delle microimprese partecipanti al procedimento¹⁷, IBCM ha formulato una proposta transattiva di cessazione del contratto alla fine del secondo anno, senza pagamento del terzo anno cui il segnalante si sarebbe comunque impegnato. A fronte del rifiuto del legale del segnalante sulla base della scorrettezza della condotta commerciale di Mulpor, IBCM comunicava (telefonicamente) la disponibilità di Mulpor ad una soluzione bonaria della controversia, proponendo il pagamento di una sola annualità.

A seguito del nuovo rifiuto del legale del segnalante, l'Ufficio Legale di IBCM avvisava che la pratica sarebbe stata trasmessa ad un tribunale amministrativo uruguayano, individuato quale autorità giudiziaria competente.

50. CCF ha inoltre sottolineato l'irrelevanza della pronuncia dell'Autorità riguardo "l'inefficacia o nullità di un contratto stipulato tra parti private"¹⁸ nelle proprie risposte alle contestazioni di alcuni segnalanti e dei loro legali che menzionavano l'esistenza del presente procedimento avviato dall'Autorità.

51. Va, infine, rilevato come i legali di alcuni segnalanti abbiano messo in luce, nelle risposte inviate ai solleciti e alle diffide di CCF, presunti errori nelle normative citate a supporto delle proprie pretese creditorie e nella prospettazione dell'oneroso contenzioso internazionale¹⁹.

III.2.5 Gli avvisi pubblicati dagli enti fieristici e da altri enti pubblici

52. Diversi enti fieristici, anche a seguito di segnalazioni ed istanze di espositori, hanno pubblicato sui propri siti avvisi in cui dichiarano la propria estraneità alle comunicazioni provenienti da Mulpor o da International Fairs Directory e mettono in guardia gli espositori da tali comunicazioni.

53. Ad esempio, Verona Fiere S.p.A. ha pubblicato un avviso²² per gli espositori di Fieragricola 2018 e poi di

Fieragricola 2020, nel quale, dopo aver rilevato che alcune società, tra cui "**Mulpor Company SA**, con sede in Uruguay, stanno inviando a molt²⁰e aziende espositrici offerte per la pubblicazione di un'inserzione pubblicitaria a pagamento su cataloghi di loro proprietà", si dichiara che nessuna di esse è stata autorizzata ad usare i marchi di

¹² [Cfr., per esempio, lettera allegata alla segn. prot. 70699 del 18/10/2018.]

¹³ [Cfr., per esempio, segn. Prot. 0081643 del 11/12/18, segn. prot. 79273 del 29/11/2018.]

¹⁴ [Cfr., per esempio, segn. prot. 70578 del 17/10/2018.]

¹⁵ [Per esempio, il Tribunale Civile e Commerciale di Montevideo (segn. prot. 0081643 del 11/12/18) o il Tribunal de lo Contencioso Administrativo (segn. prot. 71024 del 24/10/2018).]

¹⁶ [Cfr. segn. prot. 34848 del 16/4/2018, prot. 48098 del 15/6/18.]

¹⁷ [Cfr. memoria del 14/12/2018, prot. 82424.]

¹⁸ [Cfr. allegati alla segn. prot 81757 del 13/12/2018.]

¹⁹ [Cfr. segn. prot. 82395 del 13/12/18, in cui si rileva da un lato che la Convenzione dell'Aia del 15/6/1955 citata da CCF è inapplicabile perché si riferisce alla vendita di cose mobili corporee e che, dall'altro lato, secondo il diritto privato internazionale applicabile, sarebbe competente il giudice del luogo dove l'azienda convenuta ha sede (cioè l'Italia), contrariamente a quanto sostenuto da CCF.]

²⁰ [Cfr. <http://www.fieragricola.it/it/avviso-espositori-fieragricola-veronafiere>.]

Veronafiere e/o Fieragricola né incaricata di raccogliere pubblicità a loro nome e si ricorda agli espositori che *“con il pagamento della quota di iscrizione a Fieragricola l’azienda espositrice viene inserita gratuitamente sul catalogo ufficiale della Manifestazione, sulla Guida del Visitatore e sull’elenco espositori del sito ufficiale fieragricola.it e che l’eventuale richiesta da parte Vostra di pubblicità a pagamento sui mezzi promozionali di Fieragricola [...] dovrà essere effettuata utilizzando esclusivamente i moduli di Fieragricola-Veronafiere.”*

54. Bologna Fiere, nei mesi precedenti l’apertura di H2O – Mostra Internazionale dell’Acqua, tenutasi nell’ottobre

2018, ha pubblicato sul proprio sito²¹ un “Avviso importante – Richieste di aggiornamento dati aziendali online”, nel quale si mettono in guardia gli espositori dal fatto che IFD e Mulpor *“inviando alle aziende di tutto il mondo moduli ingannevoli, con i quali chiedono di fornire e/o rettificare i propri dati sociali affinché gli stessi possano essere pubblicati in cataloghi e/o elenchi legati a manifestazioni fieristiche del settore di appartenenza [...] La sottoscrizione del modulo in questione, apparentemente gratuita, comporta invece l’impegno (previsto in caratteri minuscoli a piè di pagina del modulo) al pagamento di un importo annuo [...] Nel modulo di cui sopra, con il chiaro scopo di creare confusione sul mittente della comunicazione, è sempre presente – in caratteri ben visibili – il nome di una rassegna fieristica effettivamente realizzata in Italia e/o all’Estero e vengono già riportati i dati sociali delle aziende (copiati dai cataloghi delle manifestazioni alle quali i destinatari partecipano effettivamente) in modo da far pensare che si tratti proprio del catalogo online di tale rassegna”*. Bologna Fiere chiarisce di non aver autorizzato nessuna società ad usare i propri marchi e di non aver *“fornito alcun dato alle società colpevoli di questi comportamenti ingannevoli”*.

55. Un “avviso agli espositori sulle comunicazioni ingannevoli” di International Fairs Directory, Connect Publisher e

Mulpor è stato pubblicato anche sul sito del MICAM, esposizione semestrale dedicata al settore calzaturiero²².

56. Nel mese di ottobre 2018, l’attività di Mulpor in relazione alla IFD è stata oggetto di un comunicato pubblicato sul sito della Regione Autonoma Valle d’Aosta a cura dell’Assessorato delle Finanze, Attività produttive, Artigianato e Politiche del lavoro, effettuata in risposta alle *“numerose segnalazioni dagli artigiani iscritti al Registro Produttori oggetti di artigianato riguardo a una comunicazione con la quale si richiedono dati da pubblicare sul sito www.interfairs.com”*. L’Assessorato, dopo aver chiarito di non avere alcun legame con tali comunicazioni, avverte che la società *“utilizza i dati in modo improprio e ingannevole”* e *“raccomanda di non rispondere alla comunicazione”*²³.

57. Alcuni segnalanti²⁴, nonché la Guardia di Finanza²⁵, hanno riportato che diverse altre Fiere, italiane ed internazionali²⁶, hanno pubblicato avvisi volti a mettere in guardia gli espositori dalle comunicazioni relative alla International Fair Directory.

Le argomentazioni difensive delle Parti

58. I professionisti non hanno fatto pervenire alcuna memoria difensiva nel corso del procedimento.

59. Le Industrie Soffio, nella propria memoria conclusiva, hanno evidenziato come Mulpor abbia messo in atto una “pratica commerciale” basata sull’iscrizione dei dati aziendali in un database telematico, senza che ciò sia richiesto dalle microimprese coinvolte e senza che alle stesse venga, sul punto, inviata alcuna specifica e tempestiva informazione separata dalla proposta commerciale; tale database sarebbe costituito al solo fine di promuovere la sottoscrizione di un abbonamento pluriennale ad un servizio di annunci pubblicitari a pagamento.

Mulpor *“con il pretesto di far verificare e correggere i dati aziendali [pre-iscritti nel database telematico] procede all’invio nei confronti dell’azienda di una comunicazione che, per la veste formale con cui viene presentata, è atta a condizionare indebitamente il processo decisionale della società destinataria inducendola a sottoscrivere un abbonamento oneroso di durata triennale, che si rinnova automaticamente ad ogni scadenza per un ulteriore periodo di un anno se non viene disdetto, tramite lettera raccomandata, almeno tre mesi prima della stessa. Il professionista*

²¹ [Cfr. www.accadueo.com/nqcontent.cfm?a_id=1612. L’avviso risultava pubblicato già all’inizio di luglio 2018.]

²² [Cfr. www.themicam.com/micam/main.nsf/all/2C83F6836CF7C340C12579F400392A1E?opendocument, presente sul sito già il 5 luglio 2018, e la pagina <http://s3.eu-central-1.amazonaws.com/themicammilano/upload/DhP3eKysP3Y5LWPoyqEyc0B48nQUZFyv/AVVISO%20AGLI%20ESPOSITORI%20SU%20COMUNICAZIONI%20INGANNEVOLI.pdf>.]

²³ [La segnalazione del 1/10/2018 è disponibile sul sito ufficiale delle Regione Autonoma Valle d’Aosta, all’indirizzo http://appweb.regione.vda.it/dbweb/comunicati.nsf/ElencoNotizie_ita/650BE4EF17383553C12583190055F568?OpenDocument&l=ita&.]

²⁴ [Cfr. *segn. prot. 79818 del 3/12/18.*]

²⁵ [Cfr. *prot. 75436 del 30/11/16, risposta ad una richiesta di collaborazione dell’Autorità. La Guardia di Finanza riporta sia manifestazioni italiane (p.es., Vinitaly), sia avvisi di Fiere che si svolgono all’estero, tra cui una di Hong Kong.*]

²⁶ [Tra le manifestazioni citate vi sono *Exposanità, Autopromotec, Mercante in Fiera, Computec, Made in Steel, Cibustech, Tecnargilla e altre.*]

compulsa, quindi, la società ricevente tali moduli, inviando loro ripetuti solleciti di pagamento delle rate annuali dell'abbonamento e procede, nel caso in cui non vadano a buon fine, a reiterarli insieme alla minaccia di adire le autorità giudiziarie per recuperare il credito indebitamente vantato".

60. Secondo Industrie Soffio, "[s]ia l'espedito della pre-iscrizione non richiesta, che le modalità e i termini adoperati per veicolare la comunicazione commerciale relativa all'offerta del servizio a pagamento, costituiscono elementi sufficienti per condizionare indebitamente il processo decisionale della società Industrie Soffio S.r.l., facendolo sfociare nell'acquisto di un servizio non richiesto. A tal uopo va considerato che l'utilizzo di espressioni quali "nel formulario allegato troverà i dati della Sua compagnia così come appaiono nei nostri registri. Le chiediamo di verificarne e confermarne in tempi brevi la precisione, altrimenti potrebbero essere eliminati durante il prossimo processo di aggiornamento" risultano idonee a coartare il processo decisionale della società, in virtù del fatto che indebitamente ricollegano al protrarsi di un asserito stato di inerzia nella verifica della correttezza dei dati aziendali contenuti nel suddetto registro, il rischio di incorrere nella cancellazione dallo stesso".

Quanto al carattere aggressivo della pratica commerciale subita, Industrie Soffio ha rilevato che "il pagamento di fatture intestate a PayTrac Lda emesse a fronte di tale servizio inconsapevolmente richiesto, viene affidato a IBCM per il recupero, mediante pressanti solleciti e la minaccia di azioni legali internazionali e della riscossione coattiva, del credito vantato, in caso di rifiuto da parte delle imprese di pagare gli annunci pubblicitari non richiesti. Concorre, infine, ad aumentare il carattere aggressivo della pratica, integrando una violazione dell'articolo 25, comma 1, lettera e), del Codice del Consumo, il fatto che Mulpor Company non si limita solo ad inviare, rispettivamente, i solleciti di pagamento, ma procede anche a minacciare le microimprese che non intendono saldare le somme richieste, con espressioni che lasciano intendere la loro volontà di agire in giudizio per il recupero coattivo del credito".

VALUTAZIONI CONCLUSIVE

61. Preliminarmente, si deve rilevare che la pratica in esame è idonea a pregiudicare il comportamento economico di imprese di piccola e media dimensione, ivi incluse le microimprese, in quanto, dall'esame della documentazione in atti risulta che tale pratica commerciale ha coinvolto per lo più quelle imprese che rivestono le caratteristiche di cui all'articolo 18, comma 1, lettera d-bis), del Codice del Consumo.

62. Come emerso dagli atti del procedimento, Mulpor ha costruito, ad insaputa delle imprese e microimprese partecipanti ad eventi fieristici nazionali ed internazionali, un database contenente i loro dati aziendali ed informazioni sulle manifestazioni fieristiche cui hanno partecipato.

Le imprese e le microimprese censite apprendono di essere state inserite in tale database solo dopo aver partecipato ad un evento fieristico, mediante una lettera che accompagna un Formulario contenente i dati aziendali dell'impresa/microimpresa. Lettera e Formulario riportano nell'intestazione, con grande evidenza (cfr. Figg. 2 e 3), il nome di una manifestazione fieristica e del relativo ente organizzatore.

Nella lettera, il nome della manifestazione fieristica e dell'ente sono all'interno di un riquadro intitolato "la sua registrazione", che sembra far riferimento alla registrazione dell'impresa/microimpresa a quella manifestazione fieristica.

L'oggetto della lettera è "Data Report 201x-201x" e il testo della lettera appare fare primariamente riferimento alla necessità di verificare ed aggiornare i dati aziendali per evitarne la cancellazione e per mantenere la visibilità dell'azienda ai "visitatori" – termine che evoca la partecipazione ad una fiera.

63. La comunicazione in esame - e, in particolare, la prominente indicazione del nome della Fiera e dell'ente organizzatore, in assenza di una esplicita dichiarazione di indipendenza del database IFD dal database dell'Ente fieristico e dell'assicurazione che il mancato aggiornamento dei dati in IFD non pregiudicherà la permanenza negli elenchi già predisposti dall'Ente organizzatore della manifestazione fieristica in intestazione - è idonea a indurre numerosissime imprese e microimprese a ritenere, contrariamente al vero, che questa comunicazione provenga dall'Ente organizzatore la manifestazione fieristica o comunque sia connessa alla necessità di verificare i dati aziendali per evitare di essere cancellati dai registri di quella Fiera.

Le frasi "International Fairs Directory non è associata a nessuna fiera o ente organizzatore" e "Non siamo affiliati a nessun ente organizzatore", pur presenti nella Lettera, non appaiono sufficienti ad escludere fraintendimenti sulla provenienza e sullo scopo della comunicazione, potendo essere interpretati come riferiti a rapporti societari tra IFD e l'Ente organizzatore, che nulla implicano sui rapporti di servizio (gestione elenco espositori) al quale invece le imprese/microimprese destinatarie sembrano aver pensato. Peraltro, la stessa frase "Il nome dell'evento dell'intestazione è presentato ad esclusivo beneficio dell'ente organizzatore", presente nel piè di pagina della Lettera, di contenuto ambiguo e in contraddizione con le frasi citate in precedenza, potrebbe aver contribuito a fuorviare le imprese/microimprese destinatarie della comunicazione.

64. Il reale scopo della comunicazione di Connect Publisher e poi di Mulpor - l'offerta di spazi pubblicitari a pagamento sulla IFD - non è adeguatamente evidenziato né nella Lettera, né nel Formulario. Innanzitutto, tale scopo non è in alcun modo riportato nell'oggetto della Lettera e si parla solo una volta di "ordine per un annuncio a pagamento" nel testo della Lettera.

Nel corpo della Lettera, si danno poi informazioni ambigue, contraddittorie ed incomplete sulle modalità di aggiornamento dei dati presenti nel database: prima si afferma che "L'inserzione **gratuita apparirà tra i risultati**

prioritari appena le correzioni saranno ricevute" (enfasi aggiunta), lasciando intendere che vi siano delle correzioni da inviare a Mulpor/Connect Publisher e che esse si riferiscano ad una inserzione gratuita, mentre poi si continua invitando a "[...] utilizzare il formulario allegato se desidera realizzare un ordine per un annuncio a pagamento". Più avanti si afferma che "L'aggiornamento gratuito dei dati potrà essere portato a termine unicamente in linea", ma non si dà alcuna informazione su come effettuare tale aggiornamento o su dove trovare le istruzioni.

65. A fronte di queste ambiguità e contraddizioni, nella Lettera viene, invece, evidenziato il rischio che i dati aziendali siano cancellati in occasione di una successiva revisione del database, che avverrà in un indeterminato futuro.

Tale cancellazione comporterebbe la perdita di un importante canale di contatto con potenziali clienti ed organizzatori di altri eventi fieristici e rappresenta, dunque, un rischio che le imprese e le microimprese destinatarie, che evidentemente ritengono utile il canale fieristico, non vogliono correre.

L'evidenziazione di tale rischio di cancellazione – in un contesto fuorviante che fa apparire la comunicazione di Mulpor e Connect Publisher come proveniente dall'ente organizzatore o comunque connessa alla partecipazione alla manifestazione indicata nell'instestazione – appare dunque idonea a condizionare indebitamente le scelte delle imprese e microimprese destinatarie, spingendole alla sottoscrizione del modulo a seguito di una rapida verifica delle informazioni riportate nel Formulario.

66. Anche la natura del Formulario appare ambigua e fuorviante. Gran parte del Formulario è costituita da un modulo di verifica e correzione dei dati aziendali presenti in un database apparentemente riconducibile all'Ente Organizzatore della manifestazione fieristica indicata nell'instestazione del Formulario stesso, né compare alcuna indicazione "formulario d'ordine" che ne possa evidenziare la celata natura.

L'indicazione "Questo formulario serve solo per l'inserimento dei dati sotto forma di un annuncio pubblicitario a pagamento", che compare al di sopra del riquadro contenente, in grande evidenza, le denominazioni della manifestazione fieristica e dell'Ente Organizzatore (cfr. fig. 3), non appare in grado – né per il contenuto né per la scarsa evidenziazione (è stampato in piccoli caratteri) – di rendere chiaro che la sottoscrizione del Formulario comporta in realtà la sottoscrizione di un ordine di acquisto.

67. La natura di modulo d'ordine del Formulario si palesa soltanto nella penultima sezione del Formulario stesso, dove, in caratteri assai piccoli, compare l'indicazione "Ordine: con il presente confermiamo l'esattezza dei dati della nostra compagnia come sopra indicati e celebriamo un contratto giuridicamente valido tra la nostra società e [Mulpor Company S.A. o Connect Publisher S.C.] (l'Editore) per l'acquisto di uno spazio pubblicitario in www.inter-fairs.com", cui seguono le informazioni sul costo dell'annuncio, sulla durata del contratto ecc..

Tale sezione occupa, anche visivamente, una ridotta porzione del Formulario, appena più grande di quella della sezione dove dovrebbero essere apposti il timbro aziendale e una firma "legalmente vincolante".

68. La struttura del Formulario appare dunque costruita in modo da enfatizzare la verifica dei dati aziendali presenti nel database e da sviare l'attenzione dalle effettive conseguenze dell'apposizione della firma e del timbro aziendale, relegate in una breve sezione del Formulario scritta in caratteri minuscoli.

69. Tale struttura appare, dunque, idonea ad ingannare le imprese sulla natura del Formulario e sulle conseguenze della sua sottoscrizione e perciò ad indurre imprese e microimprese a sottoscrivere il Formulario e ad acquistare inconsapevolmente degli annunci pubblicitari sulla International Fair Guide.

70. La capacità decettiva della pratica di Mulpor e Connect Publisher costituita dalla Lettera e dal Formulario appare confermata sia dall'elevato numero di segnalazioni ricevute, sia dal numero di organizzazioni fieristiche, associazioni di categoria e perfino istituzioni che hanno dovuto pubblicamente avvisare espositori, associati ed artigiani della scorrettezza delle comunicazioni provenienti da Mulpor, Connect Publisher e IFD.

71. Le imprese e le microimprese sono venute a conoscenza dell'attivazione inconsapevole, e quindi non richiesta, dell'abbonamento triennale al servizio di annunci a pagamento sulla International Fair Guide soltanto al ricevimento delle fatture emesse da PayTrac e, più tardi, da Finad, quando ormai erano abbondantemente scaduti i termini di recesso.

72. A fronte del disconoscimento della volontà di attivare tale servizio e della fondatezza di tali pretese creditorie da parte delle imprese e microimprese destinatarie, Mulpor ha reiterato le proprie richieste di pagamento (relative anche a contratti conclusi da Connect Publisher in cui era subentrata) e ha incaricato due società di recupero crediti, CCF e IBCM, di procedere a tutte le attività necessarie per la riscossione dei crediti asseritamente vantati, ivi inclusa la possibilità di composizione stragiudiziale della lite mediante un accordo transattivo.

73. CCF e IBCM hanno avviato le procedure di riscossione dei crediti vantati da Mulpor procedendo a numerosi e pressanti solleciti e minacciando l'avvio di onerose azioni di recupero crediti internazionali per ottenere il pagamento dei crediti vantati da Mulpor qualora le microimprese non avessero accettato delle soluzioni transattive.

74. In questo contesto, CCF e IBCM hanno diffuso, al solo scopo di indurre le imprese e microimprese contattate ad accettare la soluzione transattiva proposta, informazioni fuorvianti sulle caratteristiche delle procedure internazionali e sulla asserita irrilevanza di una eventuale pronuncia di scorrettezza dell'Autorità in un giudizio civile sulla nullità o annullabilità del contratto tra Mulpor e le imprese e microimprese oggetto della pratica commerciale.

75. Tali condotte appaiono idonee a condizionare indebitamente la libertà di scelta delle imprese e microimprese destinatarie, in quanto volte a forzarle ad eseguire il pagamento (parziale, in caso di soluzione transattiva) degli

abbonamenti non richiesti, nel timore delle conseguenze giuridiche ed economiche prospettate da Mulpor e dalle società di recupero crediti incaricate, IBCM e CCF.

76. Per le ragioni precedentemente esposte, le condotte sopra descritte appaiono integrare una pratica commerciale scorretta, in violazione degli artt. 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere d) ed e), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo, in quanto idonea a indurre in errore le imprese e microimprese alle quali è rivolta in merito alla reale identità dell'operatore pubblicitario, alla natura e alle condizioni economiche dell'offerta pubblicizzata, inducendole a sottoscrivere inconsapevolmente dei servizi non richiesti, nonché idonea a condizionare indebitamente il processo decisionale delle imprese destinatarie, attraverso la pretesa di pagamento del servizio non richiesto ed inconsapevolmente sottoscritto, i continui solleciti e la minaccia del ricorso ad azioni giudiziarie internazionali, di cui viene prospettata l'elevata onerosità e durata al solo fine di indurre le microimprese ad accettare un accordo transattivo.

77. Tale pratica commerciale scorretta appare essere stata messa in atto da Mulpor e da Connect Publisher, con il contributo e la cooperazione di PayTrac e Finad nella gestione delle richieste di pagamento e di CCF e IBCM nella riscossione dei crediti asseritamente vantati.

QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

78. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9 del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta una pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

79. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, 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.

80. In relazione ai professionisti Parti del procedimento non si dispone dei dati di bilancio, in quanto nessuno di essi ha fornito alcuna risposta alle richieste di informazioni, né ha in alcun modo partecipato al procedimento.

81. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della notevole insidiosità delle comunicazioni di Mulpor e Connect Publisher, idonee a indurre in errore i destinatari su elementi di fondamentale importanza per le proprie scelte di acquisto quali l'identità del professionista, la natura e lo scopo della comunicazione stessa; dell'ampiezza del fenomeno, che ha interessato gli espositori di non meno di alcune decine di manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali, tenutesi in Italia e all'estero; i potenziali effetti di tale induzione in errore, che avrebbe potuto portare al pagamento di diverse migliaia di euro da parte di ciascuna impresa e microimpresa interessata. Va, inoltre, considerato che la comunicazione commerciale in questione, in virtù delle sue caratteristiche strutturali e testuali, risponde ad una precisa strategia comunicazionale di Mulpor e Connect Publisher, diretta a ingenerare un deliberato effetto confusorio nelle imprese destinatarie. Va, infine, considerato il ruolo svolto nella realizzazione della pratica da PayTrac e Finad – limitato alla gestione della fatturazione – e da CCF e IBCM, limitato alla riscossione dei presunti crediti di Mulpor. Si ritiene che Mulpor Company S.A. e Mulpor Company S.r.l. abbiano parimenti contribuito alla pratica in esame.

82. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che:

- la pratica è stata posta in essere da Connect Publisher SC a decorrere almeno dal novembre 2015²⁷ fino al 1° febbraio del 2016²⁸;

- la pratica è stata posta in essere da Mulpor Company S.r.l. e Mulpor Company S.A. almeno a partire dal febbraio del

2016³²⁹³⁰ ad oggi; esse continuano ad inviare richieste di pagamento e hanno dato incarico a IBCM e CCF di riscuotere i crediti vantati almeno fino allo scorso ottobre;

- Pay Trac Lda ha collaborato alla realizzazione della pratica commerciale a decorrere almeno dal marzo 2016³¹ fino ad oggi;

- Finad Economy Lda ha collaborato alla realizzazione della pratica commerciale a decorrere almeno dal giugno del

²⁷ [Cfr. p.es. segnalazioni del 27/6/2017, prot. 51947, e del 16/4/2018, prot. 34848.]

²⁸ [Cfr. segnalazione prot. 69005 del 12/9/2017, cui è allegata una comunicazione di Connect Publisher nella quale si afferma che dal

²⁹ ° febbraio 2016 tutti i diritti e gli obblighi relativi alla clientela International Fairs Directory sono trasferiti a Mulpor Company S.A..]

³⁰ [Cfr. p.es. segnalazione prot. 16666 del 31/1/2018.]

³¹ [Cfr. segnalazione prot. 87441 del 24/11/2017.]

2018³² fino ad oggi;

- IBCM ha collaborato alla realizzazione della pratica commerciale a decorrere almeno dal gennaio 2018³³ fino ad oggi;

- CCF ha collaborato alla realizzazione della pratica commerciale a decorrere almeno dal febbraio 2018³⁴ fino ad oggi.

83. Sulla base di tali elementi, si ritiene di:

- determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Connect Publisher nella misura di 350.000 € (trecentocinquantamila euro);
- determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Mulpor Company S.A. nella misura di 800.000 € (ottocentomila euro);
- determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Mulpor Company S.r.l. nella misura di 800.000 € (ottocentomila euro);
- determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a PayTrac nella misura di 100.000 € (centomila euro);
- determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a FINAD Economy nella misura di 60.000 € (sessantamila euro);
- determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a IBCM nella misura di 300.000 € (trecentomila euro); determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a CCF nella misura di 300.000 € (trecentomila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere d) ed e), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante l'ingannevole prospettazione dello scopo delle comunicazioni indirizzate alle imprese e della natura del Formulario in esse incluso e la insistita richiesta di pagamento di servizi pubblicitari non richiesti, accompagnata dalla minaccia di avvio di procedure internazionali di riscossione coattiva al fine di indurre una soluzione transattiva, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi offerti dai professionisti;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalle società Mulpor Company S.A., Mulpor Company S.r.l., Connect Publisher SC, PayTrac Lda, Finad Economy Lda, Credit Collection Factoring S.r.o.e IBCM International Business Convention Management Ltd, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21, 22, 24, 25, comma 1, lettere d) ed e), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare le seguenti sanzioni amministrative pecuniarie:

- 350.000 € (trecentocinquantamila euro) a Connect Publisher SC;
- 800.000 € (ottocentomila euro) a Mulpor Company S.A.;
- 800.000 € (ottocentomila euro) a Mulpor Company s.r.l.;
- 100.000 € (centomila euro) a PayTrac Lda;
- 60.000 € (sessantamila euro) a Finad Economy Lda;
- 300.000 € (trecentomila euro) a IB IBCM International Business Convention Management Ltd CM; - 300.000 € (trecentomila euro) a Credit Collection Factoring S.r.o..

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

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. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

³² [Cfr. segnalazione prot. 51847 del 5/7/2018.]

³³ [Cfr. segnalazione prot. 17827 del 5/2/2018.]

³⁴ [Cfr. delega di Mulpor a CCF datata 12/2/2018 allegata a segnalazione prot. 49841 del 25/6/18, nonché segnalazione prot. 34848 del 16/4/2018.]

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 5.000.000 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, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'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
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

Construct Data – Fairguide – Event & Fair Guide – Expo Guide – International Fairs Directory (Inter-Fairs.com) – Mulpor etc.

Their names may differ but their purpose is very similar: a scam perpetrated against exhibitors using misleading directory services. Current activities include mailing deceptive contracts to our exhibitors for listings in directories. However, these listings are far from being free-of-charge: in fact, the unfortunate company who inadvertently signs such an agreement in good faith is confronted with a three-year non-retractable contract and subsequent invoice. The cost details are always well hidden in very small print and there are no clear benefits from such a listing. To add insult to injury, these organisations are often linked to debt-collecting companies who are happy to pressure unsuspecting companies into paying through dubious means.

It is very easy to sign up: their form often resembles an organiser's free catalogue listing service, inviting exhibitors to complete the form for an entry in an online directory. However, these publications have no connection whatsoever with exhibition organisers or any of their events, and we strongly remind UFI members, exhibitors and the entire exhibition community to be most vigilant. Such illicit practices can cause extreme damage and harm to the reputation of our industry, and we therefore advise exhibition organisers to inform their exhibitors before they are deceived by such fraudulent, unprofessional practices.

