

TRIBUNALE ORDINARIO DI MILANO
SEZIONE SPECIALIZZATA IN MATERIA D'IMPRESA – A -

Ordinanza: accoglimento parziale del 03.07.2017

Giudice: Dott. Claudio Marangoni

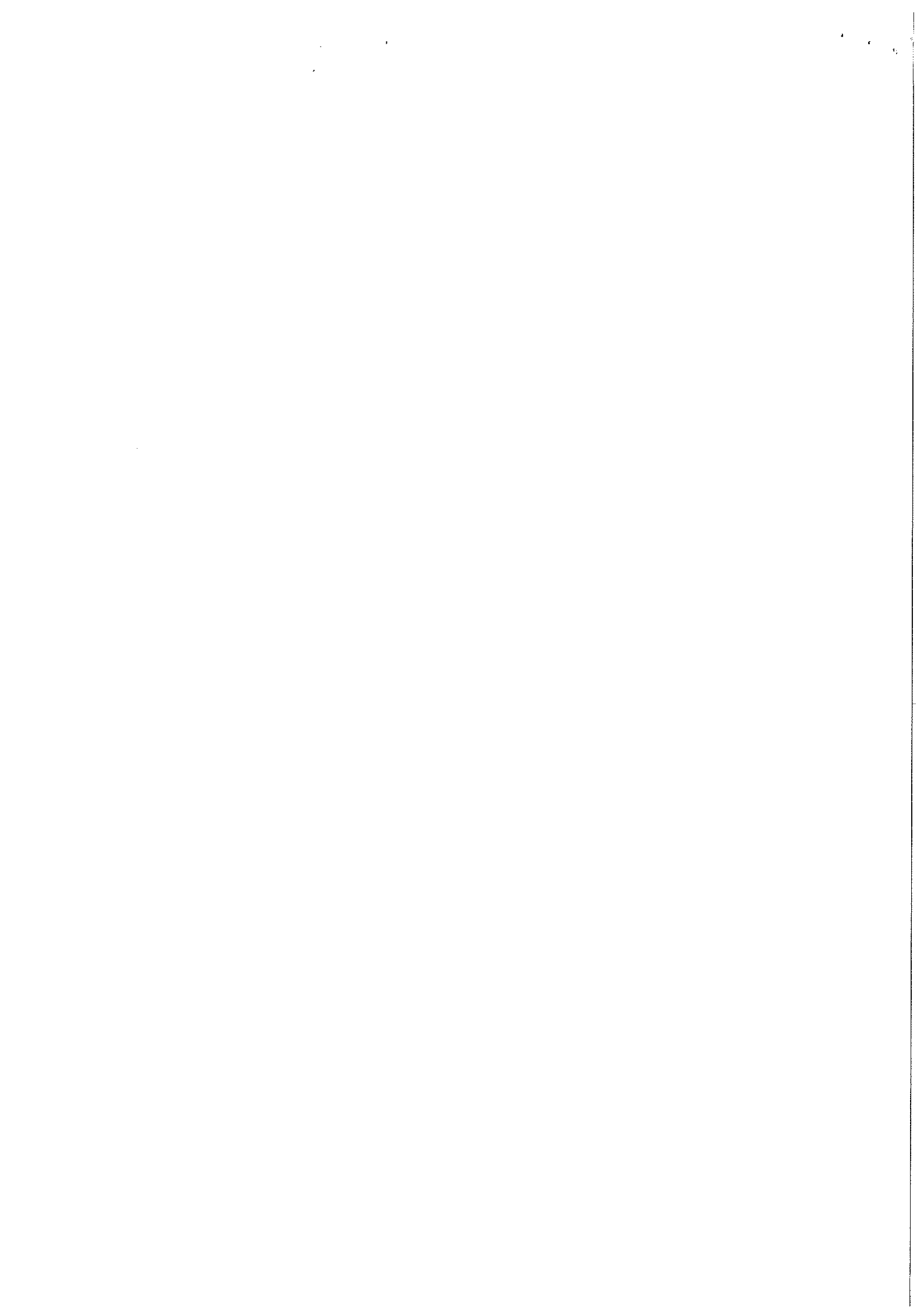
Nel procedimento cautelare promosso da:

Codacons,

contro

Mango Italia S.r.l.

- I. Le azioni svolte dinanzi al Giudice ordinario dalle associazioni consumeristiche a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti, regolate dall'art. 140, D.Lgs. 206/05, non precludono l'esercizio da parte dei consumatori singoli di azioni individuali per i danni conseguenti alle medesime violazioni nelle materie disciplinate dal Codice del consumo e con il solo rimando alla giurisdizione del Giudice amministrativo in materia di servizi pubblici (1).
- II. In astratto il consumatore medio va identificato come un soggetto "*normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto*", tuttavia tali parametri devono essere valutati alla stregua della natura dello specifico prodotto di cui si controverte, della sua natura e delle normali modalità di vendita (2).
- III. Il risarcimento del danno in favore dei singoli consumatori appare riconducibile all'ambito delle azioni individuali di pertinenza di ciascuno di essi o a quella prevista dall'art. 140-*bis* D.Lgs. n. 206/05 (3).





TRIBUNALE DI MILANO

Sezione specializzata in materia di impresa

Sezione A

Il Tribunale, nella persona del giudice dott. Claudio Marangoni
ha pronunciato la seguente

ordinanza

nel procedimento cautelare iscritto al N. 9013/2017 R.G. promosso da:

CODACONS

contro:

MANGO ITALIA s.r.l.

resistente

1. L'associazione CODACONS ha proposto azione ai sensi dell'art. 140 d. lgsvo 206/05 nei confronti di MANGO ITALIA s.r.l. per il comportamento ingannevole che quest'ultima avrebbe tenuto in danno dei consumatori nei suoi punti vendita di capi di abbigliamento.

Ha infatti dedotto che nel periodo di saldi che inizia nel mese di gennaio la convenuta ha applicato percentuali di sconto sui prezzi dei capi di abbigliamento mediante l'apposizione sui medesimi di un bollino indicante il prezzo di listino del capo, la percentuale di sconto applicata e il prezzo finale risultante dall'applicazione di detto sconto. Tuttavia era possibile sollevare detto bollino – apposto con adesivo su cartellino applicato al capo di abbigliamento – rilevando che in realtà il prezzo di listino era originariamente inferiore a quello riportato sul bollino autoadesivo e sul quale era applicato lo sconto.

Ha dunque contestato che la convenuta ha utilizzato un'etichetta che presenta un prezzo diverso rispetto a quello effettivo del prodotto ed ha dunque applicato uno sconto mendace, idoneo a trarre in inganno il consumatore ed a falsare la sua scelta d'acquisto in quanto esso dall'esame del bollino ha tratto la convinzione di conseguire un vantaggio in termini economici sulla base di un presupposto errato (il costo originario del capo).

Tale condotta rientrerebbe dunque nell'ambito delle pratiche commerciali scorrette, ed in particolare tra le condotte ingannevoli di cui all'art. 21, lett. d) d. lgsvo 206/05, nonché illecito sul piano della buona

pagina 1 di 6



fede precontrattuale.

Dato atto della trasmissione della diffida preventivamente eseguita nei confronti della convenuta alla cessazione dei comportamenti innanzi indicati di cui al comma 5 dell'art. 140 d. lgsvo 206/05, ha chiesto dunque che questo Tribunale inibisca la prosecuzione dell'attività lesiva posta in essere dalla convenuta, provveda ad eliminare gli effetti lesivi delle stesse condannando la stessa al risarcimento del danno per gli importi indebitamente pagati dai consumatori tra il 5.1.2017 ed il 5.3.2017 con pubblicazione del provvedimento.

Si è costituito nel presente procedimento instaurato ai sensi dell'art. 702 *bis* c.p.c. la convenuta MANGO ITALIA s.r.l., eccependo in via pregiudiziale il difetto di giurisdizione del giudice ordinario in ragione della competenza esclusiva affidata all'AGCM ai sensi dell'art. 27, comma 1 *bis* d. lgsvo 206/05 in tema di pratiche commerciali scorrette e non rientrando la controversia tra i casi per i quali il comma 15 del medesimo articolo ha fatto salva la giurisdizione del giudice ordinario.

Quanto al merito delle contestazioni svolte dall'associazione ricorrente, ha affermato che in realtà il prezzo asseritamente nascosto è il prezzo applicato sul territorio spagnolo non applicabile in Italia per i maggiori costi di spedizione ed assicurativi gravanti sulla medesima merce a seguito dell'esportazione dalla Spagna. Ciò sarebbe documentato negli stessi cartellini esibiti dalla ricorrente che riportano la descrizione del prodotto secondo la denominazione attribuita in Spagna al capo di abbigliamento anche mediante l'uso di termini in lingua spagnola.

In tale contesto sarebbe del tutto evidente al consumatore che il prezzo presente sul cartellino sottostante il bollino era riferibile al solo mercato spagnolo, con esclusione dunque di qualsiasi profilo di scorrettezza commerciale.

Ha presentato altresì documentazione contabili dalle quali si evincerebbe che i prezzi praticati sia nel periodo di normale vendita che in periodo di saldi sono esattamente corrispondenti per le due specifiche tipologie di prodotti indicati dalla ricorrente a quanto indicato nel bollino rosso sovrapplicato al cartellino.

Il consumatore "*normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto*" – caratteristiche che integrano la nozione di consumatore medio – sollevando il bollino rosso e rilevando le diciture in lingua straniera avrebbe avvertito che il prezzo sottostante era riferibile ad un mercato diverso da quello nazionale.

Ha chiesto dunque il rigetto delle domande svolte dalla ricorrente, rilevando peraltro l'inammissibilità della domanda di risarcimento del danno in quanto estranea alle misure ottenibili dalle associazioni rappresentative dei consumatori ai sensi dell'art. 140 d. lgsvo 206/05.



2. Deve in primo luogo essere respinta l'eccezione di carenza di giurisdizione svolta da parte convenuta, che ha rilevato che l'art. 27 d. lgsvo 206/05 ha attribuito all'AGCM ai sensi del suo comma 1 *bis* la competenza esclusiva relativamente alle condotte dei professionisti che integrano una pratica commerciale scorretta.

La tesi è priva di fondamento.

Già la giurisprudenza di legittimità – in riferimento delle norme previgenti rispetto all'attuale Codice del consumo ma con argomentazioni del tutto applicabili in relazione alle disposizioni del d. lgsvo 206/05, del tutto analoghe alle precedenti – ha rilevato in primo luogo la natura non giurisdizionale dell'AGCM ed ha confermato la giurisdizione del giudice ordinario in relazione alle controversie promosse da associazioni di consumatori volta ad ottenere l'inibitoria di atti di pubblicità ingannevole, posto che l'ordinamento ha riconosciuto ad essi – in quanto rispondenti ai presupposti per l'iscrizione degli elenchi di cui all'art. 137 d. lgsvo 206/05 – l'esercizio della tutela giurisdizionale connessa alla natura dell'interesse collettivo perseguito dall'associazione in favore dei consumatori (v. Cass. S.U. 7036/06).

L'art. 140 d. lgsvo 206/05 regola dunque le azioni svolte dinanzi al giudice ordinario dalle associazioni consumeristiche a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti – che non precludono l'esercizio da parte dei consumatori singoli di azioni individuali per i danni conseguenti alle medesime violazioni – nelle materie disciplinate dal Codice del consumo (v. comma 1 art. 139 d. lgsvo 206/05) e con il solo rimando alla giurisdizione del giudice amministrativo in materia di servizi pubblici (art. 140, comma 11 d. lgsvo 206/05).

3. Benchè non sussistano contestazioni in proposito sollevate dalla parte convenuta deve confermarsi che l'associazione ricorrente è legittimata all'esercizio delle azioni *ex art.* 140 d. lgsvo 206/05 a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti.

Essa infatti è ricompresa nell'elenco istituito presso il Ministero dello sviluppo economico ai sensi dell'art. 137 d. lgsvo 206/05.

4. Ritiene il giudicante che il ricorso sia fondato.

L'art. 21 d. lgsvo 206/05 considera ingannevoli quelle pratiche commerciali che contengano informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corrette, in qualsiasi modo – anche nella loro presentazione complessiva – risultino idonee ad indurre il consumatore medio in errore circa (nel caso di specie) il prezzo del prodotto e/o al modo in cui questo è calcolato e/o all'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo (lett. d del comma 1 dell'art. 21 cit.), e ad assumere pertanto una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.



Nella fattispecie il consumatore apprezza lo sconto connesso al periodo di saldo esaminando il cartellino applicato al capo di abbigliamento, il quale – per espressa previsione dell'art. 15 D. lgsvo 114/98 – deve contenere la chiara indicazione dello sconto o del ribasso effettuato, espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto.

E' pacifico in causa – e dimostrato dalla ricorrente - come tali indicazioni siano apposte su di un bollino rosso autoadesivo apposto sul cartellino applicato sul capo di abbigliamento, che copre però la menzione di un prezzo più basso di quello apparentemente indicato come prezzo normale di vendita del prodotto.

Parte convenuta ha giustificato l'applicazione di detti bollini con prezzi superiori a quelli praticati sul mercato spagnolo per l'impossibilità di applicare in Italia i medesimi prezzi validi per il mercato di provenienza della merce, tenuto conto dei maggiori costi di trasporto sopportati per la vendita in Italia, ed ha prodotto una nota dalla quale si evincerebbe che i prezzi indicati dal bollino rosso – sia in periodo di normale vendita che in fase di saldi – sarebbero praticati in maniera uniforme presso tutti i suoi punti vendita.

Le ragioni addotte da parte convenuta non possono essere ritenute rilevanti.

Premesso che la produzione di mere tabelle predisposte dalla parte non può essere assunta come prova del fatto che effettivamente il prezzo normale sia quello più alto riportato sul bollino rosso – prezzo il cui incremento sembra peraltro difficilmente riconducibile al mero differenziale di costi di trasporto, tenuto conto della notevole differenza rispetto al prezzo del mercato spagnolo – deve rilevarsi che in ogni caso ciò che assume rilievo nella prospettiva dell'azione intrapresa dalla ricorrente è che il consumatore nel caso di specie non potrebbe essere in grado di percepire quale sia effettivamente il prezzo normale del capo di abbigliamento e conseguentemente di valutare se lo sconto proposto sia corretto o di fatto del tutto minore di quanto apparentemente indicato, in quanto applicato in realtà su di un prezzo maggiorato.

Al di là dello stato soggettivo della convenuta – che non necessita di particolare indagine, vertendosi in tema di rischio d'impresa – ciò che rileva è in definitiva l'idoneità del complesso della presentazione del procedimento di formazione del prezzo di saldo ad essere difficilmente percepibile ed a disorientare dunque il consumatore stesso.

Se è vero che in astratto il consumatore medio va identificato come un soggetto *“normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto”*, tuttavia tali parametri devono essere valutati alla stregua della natura dello specifico prodotto di cui si controverte, della sua natura e delle normali modalità di vendita. Nel caso in esame la commercializzazione dei capi di abbigliamento in questione



si incentra su prodotti di costo contenuto e dunque rivolti ad una tipologia di consumatore non particolarmente avveduto, nel senso che ben difficilmente potrebbe dedurre dalla vista del prezzo più basso nascosto dal bollino rosso e di qualche indicazione in spagnolo o in inglese sul cartellino sottostante che ciò sarebbe del tutto conforme ad una prassi commerciale che differenzia i prezzi di vendita a seconda del mercato di destinazione in ragione dei maggiori costi sopportati.

Deve dunque rilevarsi che – anche se la prassi indicata dalla convenuta fosse conforme a quella reale e dunque giustificabile sulla base delle motivazioni fornite – la condotta contestata appare idonea a determinare obbiettiva confusione e disorientamento nel consumatore, il quale non avrebbe la possibilità di individuare con la dovuta chiarezza e certezza il reale prezzo di normale vendita del prodotto e, conseguentemente, la correttezza ed effettiva convenienza dello sconto indicato sul bollino rosso.

Tale condotta appare dunque potenzialmente idonea ad incidere sulle scelte di acquisto del consumatore, il quale ove fosse in grado di rilevare la differente indicazione del prezzo normale di vendita orienterebbe diversamente il proprio comportamento commerciale per l'incertezza sulla reale entità dello sconto praticato dalla convenuta.

5. Ai sensi dei commi 1 e 7 dell'art. 140 d. lgsvo 206/05 deve dunque essere impartita l'inibitoria nei confronti della società convenuta a proseguire l'offerta in vendita dei suoi capi di abbigliamento unitamente a cartellini dai quali non possa evincersi con certezza il prezzo normale di vendita degli stessi.

Non può essere invece accolta la domanda svolta dalla ricorrente di condanna della convenuta al risarcimento del danno in favore dei consumatori che abbiano acquistato i capi di abbigliamento in questione nel periodo di saldi dei primi mesi di quest'anno, posto che tale domanda – che non potrebbe di per sé collocarsi nel novero delle misure che il giudice potrebbe pronunciare al fine di correggere od eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate – appare estranea all'ambito proprio del procedimento in questione. La questione di un eventuale risarcimento del danno in favore dei singoli consumatori appare riconducibile all'ambito delle azioni individuali di pertinenza di ciascuno di essi o a quella prevista dall'art. 140 *bis* d. lgsvo 206/05.

Quanto all'istanza di pubblicazione della presente sentenza, essa deve essere accolta nei limiti e secondo le modalità indicate in dispositivo.

6. Alla soccombenza segue la condanna della parte convenuta al rimborso delle spese del giudizio in favore dell'associazione ricorrente, liquidate nella misura specificata in dispositivo.

P.q.m.



visti gli artt. 702 *bis* e 702 *ter* c.p.c.:

- 1) in parziale accoglimento delle domande avanzate *ex art.* 140 d. lgsvo 206/05 dalla ricorrente CODACONS nei confronti di MANGO ITALIA s.r.l., accertata l'ingannevolezza nei confronti dei consumatori della pratica consistente nell'applicare un bollino riportante un prezzo maggiore sul cartellino applicato su ciascun capo di abbigliamento offerto in vendita originariamente riportante un prezzo di minore entità, ne inibisce alla società convenuta l'ulteriore prosecuzione, fissando per l'esecuzione di tale adempimento il termine di trenta giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento;
- 2) condanna parte convenuta alla pubblicazione per una volta ed a caratteri doppi del normale del dispositivo del presente provvedimento entro il termine di trenta giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento, a propria cura e spese, sul quotidiano *Il Sole 24 ore*;
- 3) respinge le altre domande avanzate dalla ricorrente;
- 4) condanna parte resistente al rimborso delle spese del giudizio in favore della ricorrente, liquidate in complessivi €. 6.518,00 (di cui € 518,00 per spese ed € 6.000,00 per compensi) oltre rimborso spese generali ed oneri di legge.

Milano, 3 luglio 2017

il Giudice
dott. Claudio Marangoni

