

Provvedimento**PS183 - SAGITTARIO DISTRIBUZIONI-SETTIMANA A SANTO DOMINGO**

tipo Chiusura istruttoria
numero 20395
data 22/10/2009

PUBBLICAZIONE

Bollettino n. 42/2009

▼ **Procedimento collegato (esito)**

📄 - Ingannevole

▼ **Testo Provvedimento**

PS183 - SAGITTARIO DISTRIBUZIONI-SETTIMANA A SANTO DOMINGO

Provvedimento n. 20395

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 22 ottobre 2009;

SENTITO il Relatore Dottor Antonio Pilati;

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

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

VISTO il proprio provvedimento del 29 aprile 2009, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi della società Sagittario Distribuzioni S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 29 luglio 2009, con il quale è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI**Professionista:**

1. Società Sagittario Distribuzioni S.r.l (di seguito anche Sagittario), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo.

La società Sagittario è attiva principalmente nel settore dell'organizzazione di viaggi e vacanze mediante l'offerta di immobili in multiproprietà e, più in generale, di offerte di soggiorno con la formula del godimento di immobili a tempo ripartito.

La società ha realizzato, per l'anno 2007, un fatturato di circa 3.893.000 euro, con utili corrispondenti a circa 3.000 euro.

Segnalante:

2. Due consumatori, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera a), del Codice del Consumo.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

3. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere dalla società Sagittario, nella qualità di professionista, con riferimento all'attività di organizzazione di viaggi e vacanze mediante offerte di soggiorno con la formula del godimento di immobili a tempo ripartito.

4. In particolare, nell'atto di avvio venivano contestate a Sagittario due condotte, l'una oggetto di segnalazione e l'altra, rilevata d'ufficio, concernente un messaggio divulgato su internet. Tuttavia, a seguito degli accertamenti svolti, è emersa la possibile sussistenza di una pratica scorretta di più ampia portata, per la quale è stata comunicata un'estensione oggettiva del procedimento, riguardante una pluralità di comportamenti posti in essere da parte del professionista con riferimento alle seguenti offerte: "Settimane Vacanza", "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club".

a) La condotta segnalata

5. Una prima condotta, oggetto di segnalazione da parte di due consumatori [Cfr. Segnalazione del 27 novembre 2007 (doc. 1) successivamente integrata in data 4 dicembre 2008 (doc. 5).], concerne la promozione, vendita ed attuazione dell'operazione commerciale denominata "Settimane Vacanza".

6. Sulla base di quanto asserito dai segnalanti, essi avrebbero aderito all'offerta sopra richiamata mediante la conclusione di un contratto, stipulato in data 22 luglio 2005, per l'acquisto di otto soggiorni turistici, della durata di una settimana cadauno, presso una serie di strutture pubblicizzate nel contratto, verso un corrispettivo di 6.500 euro da utilizzare in un arco temporale di 4 anni.

7. Nella fase di esecuzione, tuttavia, i consumatori hanno lamentato di non aver potuto usufruire dei soggiorni secondo le condizioni prospettate dal professionista, dovendo sopportare dei costi aggiuntivi non portati a loro conoscenza (né specificati nel contratto), relativi a servizi di mezza pensione ed altri costi obbligatori legati al soggiorno.

8. Quanto ai costi, in dettaglio, i segnalanti hanno fatto presente che in relazione ad una prenotazione presso il "Villaggio Piccolo Mondo", in Castro Marina, gli veniva richiesto il sovrapprezzo di 30 euro, da pagare per i servizi di mezza pensione ed altre spese. Al riguardo, è stato allegato un apposito dépliant nel quale si specifica che "Il soggiorno gratuito è vincolato alla mezza pensione (colazione e cena)", nonché ulteriore documentazione relativa a varie strutture. Successivamente, i consumatori hanno usufruito, dal 2 settembre 2006, di un soggiorno presso il "Club Residence Capopiccolo", per il quale hanno dovuto corrispondere la somma di 320 euro. Infine, con riferimento ad una ulteriore richiesta di soggiorno presso il "Residence di Castrocaro", effettuata in data 1° settembre 2007, gli veniva richiesto un sovrapprezzo di 35 euro a persona.

b) Il messaggio rilevato d'ufficio

9. Una seconda condotta, oggetto di accertamento d'ufficio, concerne la divulgazione di un messaggio ingannevole sul sito web (www.sagittariodistribuzioni.it) del professionista relativamente alla propria attività di organizzazione di viaggi e vacanze con la formula in "timesharing".

10. In particolare, sulla base di rilevazioni svolte d'ufficio in data 25 agosto 2008 e 21 aprile 2009, è emerso che, all'interno della pagina web dedicata ai "Servizi" offerti, il professionista fa riferimento a "soluzioni complete, dove burocrazia e impegni amministrativi sono totalmente a nostro carico. Ci preoccupiamo noi di tutti i dettagli, per lasciarvi partire senza pensieri in valigia". In altro contesto, ed in particolare nella pagina relativa a "Nuove vacanze", il tipo di servizio offerto ed il suo costo viene poi ulteriormente descritto attraverso il richiamo alla nozione di "timesharing", che, secondo quanto affermato nel messaggio, corrisponderebbe a "la distribuzione di tempo per tradurlo letteralmente", ovvero "l'opportunità di utilizzare un appartamento o un bungalow arredato di un residence, partecipando solo parzialmente al costo e alle spese. Il tutto e per tutto diventandone proprietari (sottolineatura aggiunta) nelle settimane della vacanza"; inoltre, si afferma che la formula "permette di scegliere qualunque residence del gruppo o dei Partner".

11. Quanto agli specifici "Vantaggi", nel messaggio si parla di "proprietà della vacanza", per la quale si hanno le seguenti possibilità: a) scambiarla "attraverso i servizi del Jambo Vacation Club o attraverso i partner di scambio internazionale RCI e Interval"; b) "affittarla per te ottenendone una rendita"; c) "depositare la tua settimana per usufruirne in un altro periodo".

c) La condotta oggetto di estensione del procedimento

12. Una terza condotta concerne, più in generale, una pluralità di comportamenti posti in essere da parte del professionista con riferimento alla generalità dei consumatori e dei servizi offerti quali, in particolare, le offerte seguenti: "Settimane Vacanza", "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club".

13. In relazione a tali offerte, infatti, è emerso che nella documentazione fornita al consumatore (in particolare, nel documento informativo e nelle condizioni di contratto), oltre che nella comunicazione commerciale, il contenuto del bene acquistato non è chiaramente individuato, mentre per quanto riguarda il costo del prodotto viene indicato un prezzo di vendita complessivo dal quale, tuttavia, vengono escluse varie voci obbligatorie di costo a carico dei consumatori, quali, ad esempio, il costo aggiuntivo della mezza pensione o della pensione completa.

Profili oggetto di valutazione

14. Sulla base delle informazioni raccolte, oggetto del procedimento sono i comportamenti posti in essere da Sagittario, per i quali, in sintesi, è stato contestato il presunto utilizzo di informazioni ingannevoli e la presunta realizzazione di una condotta sleale nella fase precedente, contestuale e successiva alla vendita dei richiamati servizi offerti dal professionista ed, in particolare, sul proprio sito web, negli opuscoli pubblicitari e nei moduli contrattuali utilizzati nei rapporti con i consumatori, per cui si è ipotizzata la violazione degli articoli 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

15. In dettaglio, i comportamenti descritti alle lettere a), b) e c) sono oggetto di valutazione sotto due distinti profili, attinenti a due diversi aspetti della medesima condotta.

16. Sotto un primo profilo, viene in considerazione l'attività promozionale di cui alla precedente lettera b), svolta dal professionista attraverso lo strumento internet e, pertanto, suscettibile di alterare le decisioni commerciali della generalità dei consumatori nella fase precedente all'acquisto e a prescindere dall'instaurazione di uno specifico rapporto.

17. In relazione a tale comportamento è stata ipotizzata la sussistenza di una presunta pratica commerciale ingannevole, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, con specifico riguardo all'ambiguità della promozione dei servizi turistici in oggetto come godimento di strutture recettive con la formula di "timesharing", all'utilizzo dell'oscura terminologia di "proprietà della vacanza" ed affini, nonché all'omissione di adeguate informazioni circa la natura dell'attività svolta, i diritti del consumatore, le caratteristiche dei servizi pubblicizzati ed il loro costo.

18. Sotto un secondo profilo, viene in considerazione l'attività di informazione svolta dal professionista nella fase precedente, contestuale e successiva alla vendita della generalità dei servizi offerti dal professionista ed, in particolare, l'offerta "Settimane Vacanza", di cui alla precedente lettera a), nonché in relazione alle ulteriori offerte denominate "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club", cui alla precedente lettera c).

19. Tale comportamento ha formato oggetto di estensione oggettiva della contestazione quale presunta pratica ingannevole, sotto il profilo della mancanza di chiarezza circa la natura del diritto oggetto di transazione, le caratteristiche ed il costo dei servizi, ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, nonché, in secondo luogo, quale presunta pratica aggressiva, sotto il profilo dell'indebito condizionamento volto ad ottenere delle somme non dovute in relazione al costo globale del servizio ed, in particolare, dei costi aggiuntivi, ulteriori rispetto al prezzo globale concordato, ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

a) Il procedimento

20. Sulla base della segnalazione di due consumatori, pervenuta in data 27 novembre 2007 ed avente ad oggetto la presunta scorrettezza della pratica commerciale sopra descritta al punto II, lettera a) [Cfr segnalazione del 27 novembre 2007, successivamente integrata in data 4 dicembre 2008, doc. nn. 1 e 5], nonché tenuto conto delle informazioni acquisite d'ufficio ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, in data 29 aprile 2009 è stato comunicato l'avvio di un procedimento istruttorio alla società Sagittario ed ai consumatori segnalanti [Cfr comunicazione di avvio del procedimento, doc. n. 8 e 9.].

21. In data 7 maggio 2009 è stata svolta un'ispezione nei confronti di Sagittario, nel corso della quale sono state acquisiti, tra l'altro, dei cataloghi e del materiale di carattere pubblicitario relativi a diverse località turistiche, tra cui un opuscolo informativo, "Ovunqueandrai periodico di informazione per la tua vacanza", numero 1, edizione giugno-luglio 2006, copia di contratti aventi ad oggetto i prodotti offerti da Sagittario, l'elenco clienti dell'offerta promozionale "Settimane Vacanza", dell'offerta promozionale "Ovunqueandrai", dell'offerta "Jambo Vacation Club" [Cfr verbale ispezione, doc. n. 11; elenco documenti acquisiti in ispezione, doc. nn. 12 e 13.], nonché copia di vari reclami presentati dai consumatori, nei quali si lamenta la scarsa trasparenza delle condizioni e dei costi delle offerte di Sagittario, con conseguente richieste di restituzione di somme [Cfr, Reclami dei consumatori per il periodo 2008-2009, tra cui un'e-mail di un consumatore, datata 16.2.2009, avente ad oggetto il prodotto Jambo, dalla quale emerge che la società risulta aver prospettato l'offerta come "una evoluzione della multiproprietà", per la quale sono state richieste delle somme ulteriori rispetto al prezzo complessivo convenuto: Doc. 12.16.].

22. In particolare, quanto all'opuscolo informativo "Ovunqueandrai periodico di informazione per la tua vacanza", sopra richiamato, si rileva che in esso viene promossa l'offerta "Jambo Vacation Club" anche attraverso una serie di affermazioni contenute in una pagina dedicata ai "Consigli utili", nella quale un esperto, nel rispondere alle domande di alcuni consumatori, illustra la differenza tra la multiproprietà ed il "timesharing", dichiarando che "il timesharing (letteralmente tempo suddiviso) rappresenta l'evoluzione della multiproprietà tradizionale; con questa formula prevale il concetto di utilizzo del bene più che il suo possesso; il cliente in fase contrattuale acquisisce un diritto d'uso di una o più settimane per un determinato numero di anni, solitamente dai 30 ai 70 o perpetuo (come nel caso dell'Acuarium Suite Resort di Santo Domingo il cui diritto d'uso è regolato dalle leggi della Repubblica Dominicana) [Cfr. "Ovunqueandrai periodico di informazione per la tua vacanza", doc. 12,1.]."

23. In data 3 luglio 2009, ai sensi dell'articolo 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento, sono state chieste a Sagittario le informazioni [Cfr. richiesta di informazioni a Sagittario, doc. n. 14.] relative all'attività svolta nel periodo 2008-2009, alle caratteristiche del "timesharing" e della "multiproprietà", alle caratteristiche ed ai costi delle offerte aventi ad oggetto i prodotti "Settimane Vacanza", "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club", nonché alle modalità con le quali è stata data esecuzione al contratto stipulato dalla società con i segnalanti.

24. In risposta alla suddetta richiesta di informazioni [Cfr. risposta alla richiesta di informazioni fornita da Sagittario in data 15 luglio 2009, doc. n. 18.], in data 15 luglio 2009 Sagittario ha illustrato, tra l'altro, i prodotti offerti nel periodo 2008-2009 ("multiproprietà reale", "timesharing", "Settimane vacanza", "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club"), descrivendone le condizioni di vendita, le strutture recettive oggetto di promozione, le caratteristiche del diritto oggetto di transazione ed i costi.

25. In data 31 luglio 2009, a seguito degli accertamenti ispettivi e delle informazioni acquisite dalla Direzione, è stata comunicata alla società Sagittario ed ai segnalanti l'estensione oggettiva del procedimento [Cfr. integrazione oggettiva della comunicazione di avvio del procedimento, doc. n. 24.] .

26. In data 2 settembre 2009 si è svolta l'audizione della parte dinanzi agli Uffici, nel corso della quale Sagittario ha ribadito le proprie tesi difensive. Gli Uffici hanno chiesto precisazioni circa le offerte promozionali praticate nel periodo 2008-2009 e, in particolare, sulle offerte denominate "Programma Ovunqueandrai" e "Jambo Vacation Club", specificando per ciascuna tipologia di contratto la natura del diritto oggetto di transazione (diritto reale, diritto di godimento ripartito su bene immobile o altro diritto), il prezzo complessivo, gli oneri accessori, la riconducibilità o meno alla disciplina di cui all'articolo 69 e ss. del Codice del Consumo, ovvero, in caso diverso, se si fosse trattato di altro diritto, di indicare la relativa disciplina applicabile [Cfr. convocazione audizione, doc. n. 27.].

27. In data 27 agosto 2009, in seguito alla richiesta di proroga del termine di conclusione del procedimento formulata da Sagittario, l'Autorità ha disposto la proroga di trenta giorni [Cfr. proroga del termine di conclusione del procedimento, doc. n. 28.].

28. In data 4 settembre 2009 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase

istruttoria [Cfr. *comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria, doc. n. 31.*], ai sensi dell' articolo 16, comma 1, del Regolamento.

b) Offerte dell' operatore

29. La società Sagittario opera nel settore turistico attraverso la vendita di vari prodotti e, in particolare, sulla base delle informazioni fornite dalla società, nel periodo 2008-2009, essa ha commercializzato i seguenti prodotti:

- i) "Settimane di Multiproprietà Reale", ovvero un'offerta avente ad oggetto il godimento di un diritto reale su un bene immobile, per un periodo dell'anno non inferiore ad una settimana, con prezzi variabili tra 4 mila e 22 mila euro per settimana a seconda della struttura e del periodo settimanale acquistato;
- ii) "Settimane di Time Sharing", ovvero un'offerta avente ad oggetto il godimento di un diritto di occupazione di un bene immobile, per un periodo determinato dell'anno per un determinato numero di anni, con prezzi variabili, sulla base di analoghi criteri, tra 3 mila euro e 22 mila euro; tale offerta riguarda il diritto d'uso di un appartamento presso la struttura l'Acuarium Suite Resort di Santo Domingo (inizialmente compreso all'interno dell'offerta "Programma Ovunqueandrai") nonché presso le strutture facenti parte dell'offerta "Jambo Vacation Club";
- iii) Pacchetti turistici tradizionali, con prezzi variabili a partire da poche centinaia di euro a seconda della località di soggiorno, della durata del viaggio e di altre variabili [Cfr. *Informazioni fornite da Sagittario con nota del 15 luglio 2009: doc. 18.*].

30. Dalla documentazione acquisita in ispezione, peraltro, è emerso che la società ha utilizzato, senza distinzione, il termine "time sharing" per entrambi i primi due tipi di offerta sopra descritti, sia all'interno della modulistica relativa ad un'asserita vendita di "Multiproprietà alberghiera" [Cfr. *modulo di iscrizione relativo all'offerta di settimane in multiproprietà in senso stretto: doc. 13.7.*], sia nell'ambito della modulistica relativa all'asserita vendita di "Settimane di Time Sharing" ed, in particolare, nel documento informativo relativo a tale offerta [Cfr. *Documento informativo relativo all'offerta di settimane di "time sharing" presso l'Acuarium Suite Resort: doc. 13.20.*]. Talvolta, inoltre, accanto a tale termine, ne compaiono altri, di difficile comprensione sotto il profilo dell'individuazione dell'oggetto del contratto, quale quello di "multivacanza" [Cfr. *doc. 12.8, relativo a "Impegno di cessione di settimane di multivacanza o time sharing".*].

31. In dettaglio, l'offerta di "Settimane di Multiproprietà Reale", secondo quanto dichiarato dalla società [Cfr. *memoria difensiva del 22 luglio 2009, integrata con note dell'11 agosto 2009, del 14 settembre 2009, del 28 settembre 2009 e del 29 settembre 2009, doc. nn. 22, 25, 32, 35 e 36.*] e secondo quanto risulta dalla modulistica contrattuale acquisita [Cfr. *modulistica relativo all'offerta del bene in multiproprietà in senso stretto: doc. n. 25, allegato n. 8 alla memoria di Sagittario, nonché documento acquisito in ispezione: doc. 13.7.*] e dal relativo documento informativo [Doc. *Documento informativo relativo all'offerta del bene in multiproprietà in senso stretto n. 13.7.*], ha ad oggetto la proprietà di un immobile, ripartita in quote centomillesimali indivise ed indivisibili, per un periodo dell'anno predeterminato per ciascun anno solare.

L'offerta in questione, commercializzata da Sagittario fin dall'inizio della sua attività, viene descritta nella modulistica mediante l'individuazione degli elementi essenziali dell'operazione, e cioè la struttura cui fa riferimento il contratto, le parti contrattuali [Nel contratto standard viene, da un lato, individuata la società Sagittario Distribuzioni S.r.l., di cui sono riportati i recapiti ed il numero di partita IVA, in qualità di "VENDITRICE"; dall'altro, l' "ACQUIRENTE", i cui sono dati anagrafici e recapiti sono riprodotti in appositi spazi: doc. n. 13.7.], la natura del diritto oggetto di transazione, il bene, il prezzo di vendita e le modalità di pagamento, nonché i costi di gestione ed altre spese [In particolare, relativamente al prezzo di vendita, il contratto individua le seguenti voci: "quota totale di multiproprietà", "IVA 11%", "iscrizione RCI", "totale complessivo", "anticipo", "saldo"; inoltre, sono indicati, separatamente, i costi di gestione e le altre spese connesse all'operazione: doc. 13.7.]. Tali elementi sono poi riportati nel relativo documento informativo [Cfr. *documento informativo relativo all' offerta di settimane di "Multiproprietà Reale", doc. n. 13.7.*].

32. Nel periodo 2005-2009 Sagittario ha offerto, tra l'altro, i prodotti denominati "Settimane Vacanza", "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club", di cui vengono di seguito illustrate le caratteristiche, precisando, in particolare, ove risulti, la natura del diritto oggetto di transazione (diritto reale, diritto di godimento ripartito su immobili o altro diritto), il bene oggetto del contratto, la periodicità del godimento del bene, il prezzo, le modalità ed i termini previsti per l'esercizio del diritto di recesso.

b1. Settimane Vacanze

33. Secondo le informazioni fornite dalla società, l'offerta denominata "Settimane Vacanza" è stata commercializzata negli anni 2005-2006 ed aveva ad oggetto un pacchetto di soggiorni settimanali da utilizzare nei villaggi turistici espressamente indicati dal contratto. Il costo era variabile in funzione del numero di settimane acquistate e andava da 3.000 a 6.000 euro [Cfr memoria difensiva del 22 luglio 2009, integrata con note dell'11 agosto 2009, del 14 settembre 2009, del 28 settembre 2009 e del 29 settembre 2009, doc. nn. 22, 25, 32, 35 e 36.].

34. Sulla base delle risultanze istruttorie è emerso che il relativo modulo contrattuale [Cfr modulo contrattuale relativo al prodotto "Settimane Vacanza", allegato alla memoria difensiva, doc. n. 25, all. 2.] recava l'intestazione "Offerta Promozionale "Settimane Vacanza" e presentava, in alto, più loghi, tra cui, in alto a sinistra, il marchio "Sagittario-Nuove Vacanze", nonché la denominazione della società, con l'indicazione dei recapiti ed il numero di partita IVA; in alto a destra, il termine "Soc. venditrice".

In particolare, quanto all'individuazione della "Soc. venditrice", nella documentazione trasmessa dai segnalanti emerge che, al di sotto di tale termine, risulta inserita la denominazione di un altro soggetto, la società "Vacanze e Futuro S.r.l.", con i relativi recapiti ed il numero di partita IVA [Cfr modulo contrattuale relativo al prodotto "Settimane Vacanza", allegato alla segnalazione, doc. n. 1.].

Nella parte del modulo immediatamente sottostante risulta illustrato il contenuto dell'offerta mediante l'affermazione, scritta con caratteri leggibili, "Spett. società, desidero acquistare a prezzo promozionale un pacchetto di soggiorni settimanali da utilizzare nei villaggi turistici sottoindicati" ed, a seguire, l'indicazione delle strutture recettive oggetto di promozione, ciascuna inserita in apposito riquadro (Club residence Capopiccolo; Grand Hotel Residence Carezza; Villaggio Piccolo Mondo; Centro Vacanze Verona; Acuarium Suite Resort; Karibuni Villas).

35. Al centro del modulo, con caratteri evidenti, risultano presenti le seguenti voci: "quantità settimane", variabili a seconda della richiesta, "costo complessivo", coincidente con il costo (variabile) posto a carico del consumatore in relazione al numero di settimane acquistate, "caparra versata", "saldo", "estinguerò il saldo residuo nel modo seguente", "note", nonché un apposito riquadro destinato ad essere compilato con i dati identificativi del consumatore.

36. In basso, con caratteri molto piccoli e quasi illeggibili, sono indicate le "Condizioni di vendita" circa le settimane di soggiorno, di seguito riportate:

- il numero di settimane acquistate è quello indicato alla voce "quantità settimane"; le settimane sono utilizzabili nelle strutture indicate ed entro il termine di 35 mesi dalla consegna dei moduli di prenotazione, salva la possibilità di posticipo della scadenza, previa conferma scritta da parte della società emittente;
- ogni settimana di soggiorno è valida per 4 persone; le richieste per nuclei familiari più numerosi devono essere concordate preventivamente; la sistemazione è in appartamento o camere doppie con possibilità di utilizzo delle strutture dei villaggi;
- ogni villaggio promozionale non potrà essere utilizzato per più di due volte consecutive; la offerta promozionale "Settimane Vacanza" potrà subire cambiamenti con l'aggiunta o la variazione delle località indicate con altre di qualità equivalente o superiore, senza che ciò possa modificare la validità della promozione;
- la prenotazione delle settimane soggiorno deve essere effettuata con gli appositi moduli e previo invio del modulo di attivazione necessario per la registrazione del nominativo e dei soggiorni da utilizzare; le prenotazioni si intendono effettuate salvo disponibilità.

37. In ordine al prezzo, inoltre, nelle condizioni di vendita sono individuati ulteriori oneri rispetto al richiamato "costo complessivo", che, secondo quanto riconosciuto dalla società [Cfr. memoria difensiva del 22 luglio 2009, integrata con note dell'11 agosto 2009, del 14 settembre 2009, del 28 settembre 2009 e del 29 settembre 2009, doc. nn. 22, 25, 32, 35 e 36.], erano aggiuntivi rispetto al suddetto costo, corrispondente al numero di settimane acquistate, secondo le seguenti previsioni:

- ogni settimana soggiorno non comprende, solo ove previsto, la mezza pensione obbligatoria, la tessera club ed i servizi accessori;
- per il periodo di alta stagione è previsto un supplemento di prezzo che viene precisato al momento della richiesta;
- per ogni prenotazione è richiesta la somma di 30 euro per le spese di qualificazione.

38. Quanto alla durata del contratto, dalla documentazione trasmessa dai segnalanti emerge una diversa previsione rispetto a quella indicata nelle condizioni di contratto e, in particolare, una durata di 4 anni [Cfr modulo contrattuale relativo al prodotto "Settimane Vacanza", allegato alla segnalazione, doc. n. 1.]. Inoltre, si rileva che circa il diritto di recesso, le condizioni di vendita prevedono che "l'acquirente potrà esercitare il diritto di recesso nel termine di sette giorni dalla data di sottoscrizione del contratto".

39. Alla stipula del contratto seguiva l'invio da parte della società dei moduli di prenotazione per l'utilizzo dei soggiorni settimanali, della scheda di attivazione necessaria per l'inserimento dei dati e delle scadenze delle prenotazioni, nonché delle schede informative in cui erano illustrate le caratteristiche delle strutture turistiche oggetto di promozione [Cfr. scheda di attivazione, moduli di prenotazione, schede illustrative delle strutture recettive, allegato alla memoria difensiva, doc. n. 25, all. n. 2.].

Ciascuna scheda illustrativa indicava la tipologia di sistemazione (suite, appartamento) ed i servizi offerti. In particolare, la scheda illustrativa della struttura recettiva "Karibuni Villas" prevedeva che "il soggiorno è vincolato alla mezza pensione (prima colazione e cena) da consumare nei ristoranti del complesso a tariffe speciali riservate solo ai clienti"; la scheda illustrativa della struttura recettiva "Piccolo Mondo" prevedeva che "il soggiorno gratuito è vincolato alla mezza pensione (prima colazione e cena) da consumare nel ristorante panoramico del complesso e proposta a tariffa agevolata" [Cfr. scheda di attivazione, moduli di prenotazione, schede illustrative delle strutture recettive, allegato alla memoria difensiva, doc. n. 25, all. n. 2.].

b2. Ovunqueandrai

40. L'offerta denominata "Ovunqueandrai" è stata commercializzata da Sagittario negli anni 2007-2008. Tale prodotto, sulla base delle risultanze istruttorie, era molto simile al prodotto "Settimane Vacanza" sia per quanto concerne il contenuto dell'offerta, sia per quanto riguarda le condizioni di vendita. La differenza consisteva, essenzialmente, nel fatto che il numero, la tipologia delle settimane di soggiorno ed il costo complessivo erano predeterminati e non soggetti a trattative.

41. In particolare, il modulo contrattuale per tale offerta risulta sostanzialmente analogo a quello sopra illustrato, anche sotto il profilo grafico, salvo talune modifiche rilevabili nella parte centrale e nel retro del modulo. Circa l'intestazione del modulo, invece, oltre alla diversa denominazione dell'offerta (Offerta Promozionale "Ovunqueandrai"), è indicata, quale "soc. venditrice", accanto al logo ed alla denominazione della società Sagittario, anche l'ulteriore denominazione "Sagittario Ovunqueandrai Tour Operator- Agenzia di Viaggio".

Sul frontespizio del modulo contrattuale, sotto l'intestazione, sono poi indicate le strutture recettive oggetto di offerta, identica a quelle dell'offerta promozionale "Settimane Vacanza", con la sola aggiunta, in apposito riquadro, della menzione relativa al residence "Giardini di Atena" e l'indicazione "Altre Offerte del Tour Operator"; inoltre, alla voce "tipologia periodi settimanali" risulta esattamente indicato che comprendeva "1 settimana alta stagione, 5 settimane media stagione, 2 settimane in Kenya, 2 settimane a Santo Domingo", per un "totale settimane" pari a 10 ed un "importo complessivo" di 3950,00 euro.

42. Come per il prodotto "Settimane Vacanza", l'"importo complessivo" indicato nella parte centrale non comprendeva gli oneri aggiuntivi illustrati in basso, con caratteri di gran lunga inferiori, dalle Condizioni di vendita, in cui sono richiamati i seguenti costi ulteriori: "quota di 25 euro per le spese di registrazione; vitto e trasporto; ove prevista, la mezza pensione obbligatoria, la tessera club ed i servizi accessori".

43. Sul retro del modulo contrattuale, in apposito prospetto, risultano indicati per ciascuna struttura recettiva i periodi di media ed alta stagione, nonché le strutture turistiche nelle quali era obbligatorio il pagamento della tessera club (Club Residence Capopiccolo, Grand Hotel Carezza, Centro Vacanze Verona, I Giardini di Atena) e/o della mezza pensione (Villaggio Piccolo Mondo) e/o della pensione completa (Karibuni Villas) e/o la formula "all inclusive previsto" (Luperon Beach Resort), come di seguito riportato:

Prospetto contenuto sul retro del Modulo "Ovunqueandrai" con il titolo "Date di utilizzo"

Resort	Media Stagione	Alta Stagione	Note
Club Residence	dal 3/5 al 14/6	dal 14/6 al 19/7	Tessera Club
Capopiccolo	dal 6/9 al 27/9	dal 30/8 al 6/9	
Grand Hotel	dal 15/3 al 5/4	dal 5/1 al 26/1	Tessera Club
Carezza	dal 13/9 al 20/12	dal 23/8 al 28/6	
Villaggio	dal 3/5 al 31/5	dal 31/5 al 28/6	Mezza Pensione
Piccolo Mondo	dal 6/9 al 27/9	dal 23/8 al 6/9	Prevista
Centro Vacanze Verona	dal 30/8 al 27/9	dal 12/1 al 26/1 dal 15/3 al 26/4 dal 24/5 al 28/6	Tessera Club

Acuarium Suite Resort	Tutto l'anno	Tutto ranno	
I Giardini di Atena	dal 1/1 al 14/6 dal 6/9 al 22/12	dal 16/6 al 2/8 dal 23/8 al 6/9	Tessera Club
Karibuni Villas	Tutto l'anno	Tutto l'anno	Pensione Completa Prevista
Lupero Beach Resort	Tutto l'anno	Tutto l'anno	All Inclusive Previsto
Altre Offerte Tour Operator	Date variabili	Date variabili	

44. Infine, nella parte in basso sono presenti le "Condizioni di vendita", le quali riproducono sostanzialmente quelle dell'offerta "Settimane Vacanza" con la differenza che, in questo caso, quanto alla durata è espressamente previsto che: "le settimane sono utilizzabili nel termine di 4 anni dalla consegna dei moduli di prenotazione, salva la possibilità di posticipo della scadenza, previa conferma scritta da parte della società" [Cfr. Modulo allegato alla memoria di Sagittario dell'11 agosto 2009, doc. n. 25, nonché modulo acquisito in ispezione: doc. 13.14.].

b3. Programma Ovunqueandrai

45. L'offerta denominata "Programma Ovunqueandrai", con i contenuti di seguito illustrati, risulta essere stata commercializzata da Sagittario dal 2008 quantomeno sino al 5 ottobre del 2009.

46. Sulla base delle risultanze istruttorie, ed in particolare, della modulistica acquisita in ispezione, il prodotto in esame, in sintesi, conferisce al consumatore acquirente i) il diritto di usufruire di periodi di "soggiorno", non specificamente individuati (c.d. periodi "fluttuanti"), con il vincolo del pagamento della pensione per un ammontare non determinato ed altre spese (e cioè del solo pernottamento), presso la struttura indicata nel contratto, nonché ii) la possibilità di ottenere degli sconti per soggiornare presso altre strutture inserite nel catalogo della Sagittario, e di avere accesso ad un sistema di "crediti virtuali" per i periodi settimanali di soggiorno, presso le stesse strutture, che non siano stati goduti dal consumatore, spendibili per l'acquisto di prodotti turistici e non offerti dalla stessa società [Cfr. Informazioni trasmesse dalla società: doc. 18, nonché E-mail 27 febbraio 2009, avente ad oggetto "Novità 2009-Sagittario Ovunque andrai": doc. 12.7].

Le condizioni ed i costi dell'offerta sopra sintetizzati sono oggetto di una complessa descrizione in documenti separati, ma tra di loro collegati, predisposti dalla società ed, in particolare, sono rinvenibili nell'apposito modulo contrattuale, denominato "Documento di sottoscrizione", nel collegato "Regolamento", il quale contiene disposizioni di dettaglio, sottoposte all'eventuale modifica unilaterale della società, circa le modalità di godimento del prodotto ed i relativi costi³³ [2 Cfr. modulistica relativa al prodotto "Programma Ovunqueandrai", reperita in ispezione: doc. 13.12; in particolare, quanto al regolamento, nel contratto è previsto, alla lettera C) che il regolamento disciplina condizioni e costi del godimento del bene, con la precisazione che "è di esclusiva competenza del gestore il quale potrà procedere a modificarlo unilateralmente in ogni momento in senso conforme alla programmazione turistica da essa determinata". Analoga previsione è contenuta nella modulistica trasmessa dalla società in allegato alla memoria difensiva che, per altri aspetti, diverge da quella acquisita in ispezione: doc. n. 25, all. n. 6

□ Cfr. modulo contrattuale relativo al prodotto "Programma Ovunqueandrai": doc. 13.12.]², nonché in un apposito "Documento informativo" da consegnare ai consumatori, il quale contiene una nota descrittiva che illustra i punti salienti del Programma Ovunqueandrai [Cfr modulo contrattuale, regolamento e documento informativo relativo al prodotto "Programma Ovunqueandrai": doc. 13.12.].

47. In particolare, quanto al "Documento di sottoscrizione", sulla base della documentazione acquisita in ispezione va rilevato che, in alto, accanto all'intestazione "Programma Ovunqueandrai Privato", compaiono i seguenti loghi "Sagittario Distribuzioni" e "Sagittario Ovunqueandrai-Tour Operator", individuandosi poi, nella parte superiore del documento, quali parti del programma, la società Sagittario (quale promotrice e "venditrice" del programma), il "Tour operator Sagittario Ovunqueandrai" (quale "gestore" del programma), insieme con la struttura, individuata nominativamente, presso cui usufruire dei periodi di soggiorno "fluttuanti", nonché il consumatore contraente.

Nella parte centrale del medesimo documento è poi illustrato, alla lettera B, l'oggetto del contratto, secondo i seguenti termini:

"Per Programma Ovunqueandrai non si intende un viaggio tutto compreso, ma un diritto di godimento personale così come descritto nei tre punti di seguito elencati: 1) il diritto di accedere al sistema di godimento delle settimane di soggiorno fluttuanti nel Complesso, di

seguito denominati periodi, da consumarsi fino ad esaurimento e le cui modalità di fruizione e di utilizzo sono stabilite nel Regolamento al par. 1; 2) il diritto di accedere al sistema di conversione dei periodi con altre destinazioni turistiche messe a disposizione dal gestore, consultabili sul sito www.sagittariodistribuzioni.it e sul Catalogo Ovunqueandrai, le cui modalità di utilizzo sono stabilite nel Regolamento al par. 2.; 3) il diritto di accedere al sistema di promozione denominato Ovunqueandraisparmi, sviluppato dal gestore in collaborazione con altri Partner, le cui modalità di fruizione ed utilizzo sono stabilite nel regolamento".

In basso viene poi individuato, all'articolo 1 delle condizioni di vendita, il "Prezzo e spese amministrative", facendosi riferimento, con caratteri ben leggibili, alle seguenti voci, inserite in apposito riquadro: "Periodi a registro nel Programma Ovunqueandrai"; "Prezzo del programma Ovunqueandrai privato (IVA inclusa)"; "Oneri per trasferimento e intestazione Titolo di possesso"; "Spese amministrative per l'attivazione del contratto (IVA inclusa)", "Totale complessivo", "Caparra confirmatoria", "Saldo".

Infine, nella pagina successiva del "Documento di sottoscrizione" sono riportate le altre condizioni della vendita, tra cui la previsione del diritto di recesso "entro 10 giorni lavorativi dalla data di sottoscrizione" [Cfr. esempio di modulo contrattuale relativo al prodotto "Programma Ovunqueandrai", rinvenuto in ispezione: doc. 13.12.].

48. Il "Regolamento", a sua volta, detta un complesso di disposizioni di dettaglio, in ordine alla fruizione del prodotto ed ai relativi costi, non riportati espressamente nel contratto sopra esaminato.

In particolare, quanto al prezzo del prodotto, dall'esame del regolamento acquisito in ispezione si evince che dal "prezzo" complessivo sopra riportato, previsto nel modulo contrattuale, risultano esclusi vari costi, quali: il costo della pensione completa obbligatoria, nonché una serie di ulteriori oneri individuabili dal complesso delle disposizioni, e concernenti, tra l'altro, la procedura di prenotazione (pari a "per ogni prenotazione richiesta i primi tre prevenivi saranno gratuiti, i successivi avranno un costo di 40 euro; i diritti di prenotazione applicati per ogni prenotazione sono pari a 25 euro per persona, esclusi i bambini fino a 12 anni"), il costo del riepilogo annuo della posizione dell'acquirente (pari a 50 euro all'anno), il costo per la cessione dei diritti (pari a 200 euro).

Circa la durata del contratto, è da rilevare che non risulta predeterminata, in quanto la prosecuzione del rapporto è prevista fino ad esaurimento dei periodi acquistati, fatta salva la facoltà di recesso [Cfr. regolamento del Programma Ovunqueandrai, acquisito in ispezione, doc. 13.12.].

49. Infine, nel documento informativo è sinteticamente ripreso il contenuto del documento di sottoscrizione e, pertanto, vengono individuate le parti dell'operazione, le caratteristiche della struttura alberghiera, la natura dei diritti ed il prezzo del prodotto; in particolare, quanto alla natura dei diritti, viene fornito il seguente elenco: "1) diritto di accedere al sistema di godimento dei Periodi Fluttuanti nel complesso; 2) diritto di accedere al sistema di conversione dei Periodi con altre destinazioni turistiche; 3) diritto di accedere al sistema di promozione denominato Ovunqueandraisparmi"; quanto al prezzo, si richiama soltanto l'obbligo di pagare l'importo pattuito nel contratto, senza farsi menzione degli ulteriori costi previsti nel regolamento [Cfr. documento informativo del Programma Ovunqueandrai, acquisito in ispezione, doc. 13.12.].

b4. Jambo Vacation Club

50. L'offerta denominata "Jambo Vacation Club", con i contenuti di seguito illustrati, risulta essere stata commercializzata da Sagittario dal 2006 quantomeno sino al 5 ottobre del 2009 [Cfr. memoria difensiva del 22 luglio 2009, integrata con nota dell'11 agosto 2009, del 14 settembre 2009, del 28 settembre 2009 e del 29 settembre 2009, docc. nn. 22, 25, 32 35 e 36.].

51. Secondo quanto dichiarato dalla società [Cfr. memoria difensiva del 22 luglio 2009, integrata con note dell'11 agosto 2009 e del 14 settembre 2009, del 28 settembre 2009 e del 29 settembre 2009, doc. nn. 22, 25, 32 35 e 36.] e secondo quanto risulta dalla documentazione acquisita, il prodotto conferisce all'acquirente il diritto di usare un appartamento, specificamente indicato nel contratto e sito in una struttura turistica determinata (Club Residence Capopiccolo; I Giardini di Atena), per una settimana all'anno e per un periodo di tempo determinato con scadenza il 31 dicembre 2038, data di estinzione del Jambo Vacation Club.

52. Secondo quanto prospettato dal professionista, inoltre, l'offerta ha come elemento caratterizzante la possibilità per il cliente di scambiare la propria settimana con altre settimane in periodi diversi dell'anno ed in strutture differenti.

53. È quanto risulta dal testo esemplificativo dell'offerta promozionale così come effettuata telefonicamente dal professionista [Cfr. script call center relativo al prodotto "Jambo Vacation Club", acquisito in

ispezione, doc. n. 12.6.], in cui si legge che il prodotto "Jambo" ha ad oggetto l'associazione al Jambo Club, definito come "circuito Jambo di proprietà della Sagittario Distribuzione"; con tale prodotto non si fa "vendita pura, ma si permuta la multiproprietà del cliente, togliendo tutti gli oneri tipo (spese gestione, scambi, volo), dando in cambio il circuito sia dei villaggi che delle ultime offerte last minute del mercato" [Cfr. script call center relativo al prodotto "Jambo Vacation Club", acquisito in ispezione, doc. n. 12.6.]; "il cliente vende alla società il suo appartamento in multiproprietà e diventa così libero da ogni vincolo che comporta la multi-periodo fisso, spese di gestione e problemi di scambio; il cliente può accedere a tutte le strutture affiliate al circuito; in più Jambo Club è iscritto al circuito di scambi Interval, per cui essendo un club con più soci ha più potere contrattuale con gli scambi, che non fa il singolo socio, ma la società Jambo; il cliente ha così il vantaggio di poter andare in vacanza senza impazzire con depositi anni prima ed accontentarsi di quello che trova, ma ha, invece, la sicurezza del posto e del periodo che vuole".

54. Il prodotto "Jambo Vacation Club" è illustrato poi nel modulo contrattuale denominato "Contratto di associazione al Jambo Vacation Club", nonché in un separato documento denominato "Regolamentazione scambi Jambo Vacation Club", in un apposito "Regolamento" [Cfr. regolamento relativi al prodotto "Jambo Vacation Club", doc. n. 36.] ed in un "documento informativo" [Cfr. modulo contrattuale e documento informativo relativo al prodotto "Jambo Vacation Club", allegati alla memoria difensiva, doc. n. 25, all. n. 7, nonché modulistica acquisita in ispezione, ad esempio doc. 13.11.].

55. Il modulo contrattuale relativo al prodotto "Jambo Vacation Club" [Cfr. modulo contrattuale relativo al prodotto "Jambo Vacation Club", doc. n. 13.11.] reca, in alto a sinistra, il marchio "Jambo Vacation Club", accanto al quale è indicata la società venditrice (Sagittario Distribuzioni S.r.l.) con i relativi recapiti.

56. Nella parte sottostante, a grandi lettere, è riprodotta la scritta "Contratto di associazione al Jambo Vacation Club" con l'indicazione delle parti contrattuali: da un lato, la società venditrice sopraindicata, dall'altro, l'acquirente/socio ed il cointestatario, i cui dati anagrafi ed i relativi recapiti sono riportati in un apposito riquadro

57. Segue, con caratteri di minore evidenza, la dichiarazione secondo la quale "con il contratto l'acquirente-socio si impegna ad acquistare e la società venditrice si impegna a procurare l'associazione al Club secondo le condizioni indicate".

58. Nella parte sottostante è presente un ulteriore riquadro in cui sono evidenziati i dati relativi all'appartamento oggetto del contratto, in particolare, il "resort" (per esempio, "Capopiccolo"); il "circuito di scambio" (per esempio, Interval); il "numero di appartamento" (per esempio, T 2); il "numero di settimane" (per esempio, 29); la "tipologia" (per esempio, trilo 6+ 1); il "profilo" (per esempio, gold); il "periodo di utilizzo" (per esempio, dal 2009) [Ibidem.], nonché varie voci di costo, quali, la "quota associativa annua in corso" (es. 190 euro); la "quota personale servizi anno in corso" (es. 50 euro); la "quota di associazione" (per esempio, 13.000,00 euro); le "spese amministrative" (es. 720,00 euro); il "totale" (ad es. 13.720,00 euro); l'"anticipo versato", il "saldo"; la "forma di pagamento" [Ibidem.].

59. In basso al modulo contrattuale sono poi rinvenibili le seguenti premesse, scritte con caratteri minuscoli:

- *l'acquirente/socio intende diventare socio del Jambo Vacation Club e, a tale scopo, acquistare dalla venditrice il diritto di utilizzo delle unità immobiliari e per i periodi sopra indicati".*
- *Sagittario Vacation Club Managent, divisione della Sagittario Distribuzione S.r.l. (società di gestione), è preposta alla gestione del Jambo Vacation Club";*
- *First National Trustee Company (UK) Ltd. (FNTC), in qualità di trustee che amministra fiduciarmente il Jambo Vacation Club e ne rilascia i certificati".*

60. Nella pagina seguente del modulo sono poi inserite delle ulteriori condizioni generali di contratto, le quali specificano, tra l'altro, l'oggetto del contratto ed il prezzo.

In particolare, il n. 3 del modulo contrattuale, intitolato "associazione al club", prevede che "l'acquirente//socio, a seguito della sottoscrizione del contratto e del pagamento di prezzo, acquisisce il diritto di occupare periodicamente lo specificato appartamento del Club per i periodi indicati nel presente contratto. In caso di indisponibilità delle settimane o degli appartamenti sopraindicati, la Venditrice si riserva la facoltà di assegnarne altri di qualità e tipologia uguale o superiore. (...) Un anno prima della scadenza del club, previo pagamento una tantum delle spese amministrative e nel rispetto delle regole del club, l'Acquirente/Socio potrà chiedere il rinnovo del diritto d'uso a tempo indeterminato".

Al n. 5 del modulo contrattuale, intitolato "quota associativa annuale e quota personale servizi", è previsto che "la quota associativa annuale è calcolata annualmente in base ai costi di gestione del club (...), è dovuta per ogni periodo settimanale; con il pagamento della quota personale servizi, da corrispondersi individualmente per ogni periodo settimanale e solo in caso di utilizzo

dell'appartamento del Club, il socio potrà utilizzare tutti i servizi previsti (...)".

Al n. 9 del modulo contrattuale, intitolato "programma di scambio", è prevista "la facoltà dell'acquirente di partecipare ai programmi di scambio a cui il Club è associato secondo le regole da esso stabilite. I primi due anni di iscrizione al circuito di scambio sono gratuiti. Il rinnovo dell'iscrizione sarà facoltativo ed a carico del Socio", senza che siano indicati i costi per ciascuna tipologia di scambio

61. Circa la durata del rapporto, nel contratto è specificato il termine finale per l'esercizio del diritto, fissato al " 31 dicembre 2038, data di scioglimento del Club".

62. Quanto al documento informativo, va rilevato che l'oggetto del contratto viene illustrato nella parte introduttiva del documento stesso con l'espressione "diritto di utilizzo settimanale di unità abitative facenti parte del complesso turistico recettivo".

63. Circa il prezzo, inoltre, nel documento informativo è rinvenibile soltanto la voce "onere aggiuntivi", ove, senza che siano indicati il prezzo di acquisto e le voci che esso comprende, si legge che "sono a carico dell'acquirente, oltre al prezzo di acquisto, anche i seguenti oneri:

- Certificato di associazione al club;

- Quota associativa annuale: determinata annualmente in via preventiva (...) indispensabile per l'utilizzo del diritto di occupazione. Tale quota è dovuta per ciascun periodo settimanale indicato nel contratto di associazione e/o nel certificato di associazione al club.

- Quota personale servizi: determinata annualmente e da corrispondere solo in caso di utilizzo del diritto di godimento. Tale quota dovrà essere corrisposta individualmente per ciascun periodo settimanale direttamente sul posto solo in caso di effettivo utilizzo dell'appartamento.

Al di fuori di quelli indicati non vi sono carico dell'acquirente altre spese ed oneri" [Cfr. moduli contrattuali acquisiti in ispezione, es. "Documento informativo- Jambo Vacation Club": doc. 13.11].

64. Dall'esame di tale documentazione, pertanto, è desumibile che il prezzo di acquisto è individuabile in una delle suddette voci di costo, e cioè nell'ammontare dovuto quale "Quota di associazione", salvi gli oneri aggiuntivi sopra visti.

65. Inoltre, sono previsti degli ulteriori costi non specificati nel documento informativo in ordine al sistema di scambio previsto dal contratto, cui il contraente può accedere, secondo le modalità specificate nel "Regolamento scambi Jambo Vacation Club", che prevedono la necessità di esborsi variabili a seconda di vari criteri, collegati anche ai periodi per cui viene richiesto lo scambio (c.d. profili).

In particolare, il "Regolamento scambi Jambo Vacation Club", nell'indicare le modalità di scambio che il cliente potrà utilizzare all'interno del Club, alla voce "Modalità di scambio" prevede che "lo scambio interno viene effettuato sulla base dei depositi, delle richieste dei soci e della disponibilità di settimane di proprietà del Club. Nel caso di overbooking, al fine di soddisfare tutte le richieste dei soci, il Club acquisirà ulteriori settimane di proprietà del Villaggio. Queste settimane, previo accordo con il Socio, potranno essere cedute in scambio al socio dietro corresponsione di una quota integrativa. Potranno essere proposti, usando la stessa formula, villaggi alternativi di pari o maggiore qualità".

Quanto ai costi previsti per effettuare lo scambio, il suddetto regolamento prevede una differenza tra "gli scambi nello stesso profilo" e quelli tra profili diversi.

Circa la prima tipologia di scambio, concernente lo stesso periodo, si prevede che: "lo scambio è normalmente gratuito; nel caso di overbooking potranno essere applicate soluzioni alternative con la richiesta di una quota integrativa; lo stesso dicasi per l'utilizzo degli altri villaggi facenti capo al Jambo Vacation Club".

Quanto alla seconda tipologia, nello stesso regolamento si prevede una quota integrativa, variabile, per gli scambi tra profili diversi nello stesso villaggio, ovvero tra villaggi diversi (es. per il passaggio dalla "bassa stagione" "alla media stagione" il costo previsto è da 60 a 90 euro a persona), mentre per lo scambio tra villaggi facenti parte del circuito del Club effettuati per pari profilo, si prevede il pagamento di ulteriori costi aggiuntivi per alcune strutture (es. per il Villaggio Piccolo Mondo è previsto il vincolo della mezza pensione ed un supplemento per i periodi di alta stagione), nonché un'integrazione, da concordare volta a volta, quando lo scambio avvenga con un Resort di valore molto superiore [Cfr. moduli contrattuali acquisiti in ispezione, es.

"Regolamentazione scambi Jambo Vacation Club": doc. 13.11.].

c) Informazioni trasmesse dai consumatori

66. Nel corso del procedimento sono pervenute ulteriori segnalazioni e sono state acquisite da alcuni consumatori ulteriori informazioni relative alla condotta commerciale di Sagittario [Cfr., tra l'altro, richiesta di informazioni del 7 luglio 2009, ai sensi dell' art. 27, commi 3 e 4, del Codice del Consumo e dell' art. 12,

comma 1, del Regolamento, indirizzata ad un consumatore circa le offerte promozionali realizzate da Sagittario, nonché alle modalità con le quali è stato concluso ed è stata data attuazione al contratto da lui stipulato con Sagittario (doc. n. 16).].

67. In particolare, si rileva che in data 15 luglio 2009 alcuni consumatori hanno segnalato che, contrariamente a quanto prospettato dal professionista in sede di conclusione del contratto relativo al prodotto "Jambo Vacation Club", all'atto di effettuare la prenotazione per il mese di agosto del 2009, hanno scoperto di non poter godere del soggiorno acquistato nel periodo da essi prescelto (e cioè, nel mese di agosto di ciascun anno presso il villaggio "I giardini di Atena") [Cfr. segnalazione relativa al prodotto "Jambo Vacation Club", pervenuta in data 15 luglio 2009, doc. n. 19].

68. In data 6 luglio 2009 un consumatore ha segnalato la scorrettezza del comportamento posto in essere da Sagittario nella conclusione ed esecuzione di un contratto avente ad oggetto il prodotto "Ovunqueandrai", lamentando la mancata indicazione nel contratto di spese aggiuntive (spese per l'atto notarile), il ritardato accesso alla rete di scambio RCI, nonché di essere stato indotto all'acquisto del prodotto denominato "timesharing" in seguito alla prospettazione di vantaggi mai goduti (tra l'altro, un soggiorno omaggio in Sardegna nell'agosto 2002; la possibilità di utilizzare ogni anno 12 settimane di vacanza extra in qualunque periodo al prezzo di 120 euro ciascuna) [Cfr. informazioni fornite da un consumatore in data 6 luglio 2009, doc. n. 15].

69. Con riferimento alla stessa offerta, in data 15 luglio 2009 un consumatore ha illustrato il contenuto del contratto stipulato con Sagittario in data 25 gennaio 2008 [Cfr. contratto stipulato in data 25 gennaio 2008, doc. n. 17, all. n. 1.], precisando che l'agente della Sagittario aveva fornito rassicurazioni in merito alla possibilità di soddisfare le specifiche esigenze manifestate (un appartamento idoneo ad ospitare un nucleo familiare di sei persone); al fatto di non dover sostenere ulteriori spese quali "forfait consumi", tessera club, pulizia finale; alla possibilità di usufruire dell'omaggio sconto "Ovunqueandrai" nella misura del 20 % nel momento in cui si gode del soggiorno prescelto. Diversamente, ha in seguito appreso che: a) ogni settimana di soggiorno era valida soltanto per quattro persone; b) avrebbe dovuto effettuare il pagamento in loco di ulteriori spese quali forfait consumi, tessera club, pulizia finale; c) avrebbe potuto godere del buono sconto "Ovunqueandrai" solo in occasione di soggiorni non facenti parte della rosa di quelli di cui al contratto [Cfr. risposta alla richiesta di informazioni, doc. n. 17].

d) Argomentazioni difensive delle parti

70. Con memoria difensiva del 22 luglio 2009 [Cfr. memoria difensiva del 22 luglio 2009, doc. n. 22.], successivamente integrata con note dell'11 agosto 2009 [Cfr. memoria difensiva dell'11 agosto 2009, doc. n. 25.], del 14 settembre 2009 [Cfr. memoria integrativa del 14 settembre 2009, doc. n. 32.], del 28 settembre 2009 [Cfr. memoria difensiva del 28 settembre 2009, doc. n. 35.] e del 29 settembre 2009 [Cfr. memoria difensiva del 29 settembre 2009, doc. n. 36.], Sagittario ha sostenuto l'insussistenza dei profili di scorrettezza oggetto di contestazione.

71. In via preliminare, la società ha dichiarato che i prodotti "Settimane Vacanza" e "Ovunqueandrai" non sono più oggetto di promozione.

72. Relativamente ai prodotti "Programma Ovunqueandrai" e "Jambo Vacation Club", invece, è stata affermata l'applicabilità, nonché la conformità dei moduli contrattuali, del regolamento e del documento informativo alla disciplina di cui agli artt. 69 ss. del Codice del Consumo, per quanto attiene all'oggetto del contratto, alla natura e caratteristiche del diritto o del servizio offerti al cliente, al prezzo complessivo e agli oneri accessori.

73. In particolare, relativamente al "Programma Ovunqueandrai" [Cfr. modulo contrattuale "Programma Ovunqueandrai", regolamento, documento informativo, allegato alla memoria difensiva, doc. n. 25, all. 6.], per quanto attiene alla natura del diritto, la società ha dichiarato che "per programma Ovunqueandrai non si intende un viaggio in modalità tutto compreso, ma il solo pernottamento"; il prodotto ha ad oggetto il diritto di godimento ripartito di un immobile sito nel complesso immobiliare specificamente indicato nel contratto; il cliente acquista, cioè, il diritto di usufruire di un certo numero di settimane nel periodo dell'anno prescelto, senza che sia prevista alcuna data di scadenza. In particolare, con la sottoscrizione del contratto, il cliente acquista quello che la società definisce come un "pacchetto" di servizi avente ad oggetto: 1) il diritto di usufruire di settimane di soggiorno nella struttura indicata nel contratto, con il vincolo della pensione completa e con il relativo onere aggiuntivo, come indicato nella premessa B) del modulo di sottoscrizione; 2) il diritto di convertire la settimana di soggiorno nella struttura indicata nel contratto, non utilizzata dal cliente, in "crediti virtuali" spendibili per usufruire di altre destinazioni turistiche messe a disposizione dall'agenzia di viaggio Sagittario Ovunqueandrai, secondo le modalità e le condizioni indicate all'articolo 2 del Regolamento; 3) il diritto di accedere al sistema di promozione che mette a disposizione del cliente offerte di beni e servizi

scontate fino al 50% rispetto ai listini ufficiali, secondo le modalità e le condizioni di cui all'articolo 3 del Regolamento.

Secondo quanto affermato da Sagittario relativamente al prezzo, esso è comprensivo di due voci: 1) il corrispettivo relativo al numero di settimane acquistate dal cliente; 2) le spese amministrative di attivazione e gestione del contratto (comprensivo di IVA).

In particolare, nella premessa B n. 1 del documento di sottoscrizione sono indicati i costi aggiuntivi (rispetto al prezzo concordato) della pensione completa per persona, con riferimento ai periodi dell'anno e con la specificazione che tali importi comprendono la tessera club; nella premessa B n. 2 del documento di sottoscrizione e nel regolamento sono indicati i costi aggiuntivi relativi: 1) alla cessione della propria settimana di soggiorno a favore di terzi (articolo 1); 2) al diritto di convertire la settimana di soggiorno nella struttura indicata nel contratto, non utilizzata, in "crediti virtuali" spendibili per usufruire di altre destinazioni (articolo 2); 3) alla prenotazione dei singoli servizi accessori offerti al cliente (articolo 3).

74. Relativamente al prodotto "Jambo Vacation Club" [Cfr. modulo contrattuale "Jambo Vacation Club", regolamento scambi, regolamento, documento informativo, allegati alle memorie difensive, doc. n. 25, all. n. 7; doc. n. 36.], per quanto attiene alla natura del diritto, la società ha dichiarato che il contratto attribuisce al cliente la qualifica di associato a tale club ed ha ad oggetto il "timesharing", ossia il diritto di usare un appartamento, specificamente indicato nel contratto e sito in una struttura turistica determinata (Club Residence Capopiccolo; I Giardini di Atena), per una settimana all'anno e per un periodo di tempo determinato con scadenza il 31 dicembre 2038, data di estinzione del Jambo Vacation Club.

In particolare, il professionista ha affermato che il diritto oggetto del contratto, le sue caratteristiche e la sua durata sono descritti nell'articolo 3 delle condizioni contrattuali, ove si precisa anche che, un anno prima della scadenza, il cliente potrà chiedere il rinnovo del diritto d'uso a tempo indeterminato, previo pagamento una tantum delle spese amministrative.

Inoltre, quanto al prezzo, la società ha affermato che esso comprende: 1) la quota di associazione (tale voce è indicata nel frontespizio del contratto); 2) la quota associativa annuale relativa all'anno in corso al momento della sottoscrizione del contratto (tale voce è indicata e quantificata nel frontespizio del contratto e nell'articolo 5 del medesimo; essa, inoltre, è definita e descritta nel regolamento); 3) la quota personale servizi relativa all'anno in corso al momento della sottoscrizione del contratto (anche tale voce è indicata nel frontespizio del contratto e nell'articolo 5 del medesimo; essa, inoltre, è definita e descritta nel regolamento); 4) le spese amministrative per l'emissione del certificato di associazione (anche tale voce è indicata e quantificata nel frontespizio del contratto).

In particolare, l'articolo 5 delle condizioni contrattuali disciplina le modalità di calcolo e di pagamento della quota associativa annuale e della quota personale servizi, che costituiscono costi aggiuntivi rispetto al prezzo previsto dal contratto e devono essere versate dal socio ogni anno, in corrispondenza con il periodo annuale di utilizzo dell'immobile.

Relativamente al costo previsto per il "programma di scambio", la società ha dichiarato che l'articolo 9 delle condizioni contrattuali disciplina tale sistema di scambio, precisando che l'iscrizione al programma è gratuita per i primi due anni, mentre successivamente è facoltativa ed a carico del cliente; in particolare, lo scambio di settimana è gratuito se ha luogo nell'ambito della stessa fascia stagionale; è soggetto ad un contributo nel caso di scambio con fasce stagionali superiori.

75. In ordine alla contestazione inerente al sito internet ed, in particolare, all'utilizzo sul sito delle formule "timesharing" e "proprietà della vacanza", la società ha dichiarato che per "timesharing" si intende l'acquisto del diritto di utilizzare, durante un lungo periodo di tempo, un immobile (di regola, un appartamento) per le proprie vacanze, fruibile per una o più settimane all'anno.

Ribadendo quanto già detto in sede di audizione, la società ha dichiarato di non utilizzare mai detto termine nei contratti ed ha affermato che, se è vero che il contenuto del messaggio promozionale presente sul sito è, per sua natura, sintetico ed incisivo, tuttavia, la società stessa provvede a fornire al cliente i moduli contrattuali in cui sono indicate tutte le condizioni dell'operazione commerciale, mettendolo così in condizione di poter valutare tutti gli elementi della proposta contrattuale.

76. Sagittario ha affermato, inoltre, di consegnare al cliente una copia del modulo contrattuale anche anteriormente al perfezionamento del rapporto contrattuale, a mero titolo informativo, in modo tale che, al momento della stipula del contratto, il cliente abbia già avuto modo di analizzare le condizioni ed i termini in esso previsti.

77. Per quanto concerne, invece, la vicenda contrattuale oggetto di segnalazione, Sagittario ha

dichiarato che il contratto non è stato stipulato direttamente con essa, bensì mediante un agente che operava in modo autonomo, con conseguente esclusione di ogni sua responsabilità circa le informazioni fornite all'atto della stipula. Quanto alle relative condizioni, nell'assumersene la responsabilità, la società ha precisato che, dal loro contenuto, si desume che oggetto del contratto era "la settimana" di vacanza presso le strutture, che comprende il solo alloggio, esclusa la mezza pensione, obbligatoria per alcuni residence [Memoria del 22 luglio 2009: doc. 22;]. In ogni caso, per quanto riguarda l'esecuzione del contratto da parte della Sagittario, la società ha fatto presente che i segnalanti hanno goduto del soggiorno previsto nel 2006 presso il *Club Residence Capopiccolo*, corrispondendo il costo delle tessere club e la quota servizi, mentre nel 2007 gli è stata offerta la possibilità di soggiornare presso la struttura richiesta (*Villaggio Piccolo Mondo di Castromarina*), con l'obbligo del pagamento della mezza pensione a 35 euro a persona, manifestando la propria disponibilità a valutare soluzioni idonee a soddisfare le loro richieste. Pertanto, le lamentele dei segnalanti, secondo la società, sarebbero prive di fondamento. Peraltro, con nota del 14 settembre 2009 [Cfr memoria difensiva del 14 settembre 2009, doc. n. 32.], volendo assecondare le esigenze dei clienti, la società ha provveduto ad inviare loro una comunicazione con la quale ha offerto la possibilità di utilizzare il pacchetto delle settimane acquistato senza costi aggiuntivi, in particolare, liberandoli dall'obbligo della pensione (mezza o completa), ove prevista.

78. Da ultimo, nella memoria conclusionale del 14 settembre, successivamente integrata con note pervenute in data 28 e 29 settembre 2009, la società ha comunicato una serie di iniziative assunte al fine di tenere conto della contestazione oggetto del procedimento.

In particolare, la società ha dichiarato di voler procedere alla modifica del sito, eliminando ogni riferimento ai termini "timesharing", "proprietà della vacanza" o agli slogan censurati e, a tal fine, dati i tempi lunghi occorrenti per la modifica del sito, ha provveduto a bloccare il sito oggetto di valutazione [Cfr attuale configurazione del sito internet "Sagittario Distribuzione", allegato alla memoria difensiva, doc. 32, all. n. 12.].

Inoltre, in relazione alle offerte "Programma Ovunqueandrai" e "Jambo Vacation Club", attualmente commercializzate, la società ha, altresì, apportato delle modifiche ai moduli contrattuali oggetto di contestazione [Cfr modifiche ai moduli contrattuali oggetto di contestazione, allegato alla memoria difensiva, doc. n. 32, all. nn. 10 e 11.], precisando che dal 5 ottobre 2009 non sarebbero stati più diffusi e che a partire dal 12 ottobre saranno impiegati i moduli contrattuali nella versione modificata e trasmessa all'Autorità.

e) I nuovi modelli contrattuali diffusi dalla società Sagittario

79. I nuovi moduli trasmessi dalla società con note del 28 e 29 settembre 2009 riguardano, in primo luogo, il prodotto "Programma Ovunqueandrai", il quale è illustrato dal modulo contrattuale, denominato "Documento di sottoscrizione", nonché da un allegato "Regolamento" e dal "Documento informativo" [Cfr documento di sottoscrizione, regolamento e documento informativo relativi al prodotto "Programma Ovunqueandrai", allegati alla memoria difensiva del 28 settembre 2009, doc. n. 35, all. n. 1.].

80. Il Regolamento disciplina le modalità di utilizzo del diritto oggetto del contratto e dei servizi accessori facoltativi; il Documento informativo contiene una nota descrittiva di alcuni elementi del *Programma Ovunqueandrai*.

81. Il documento di sottoscrizione individua, innanzitutto, le parti contrattuali: Sagittario Distribuzione S.r.l., in qualità di venditrice e promotore del Programma Ovunqueandrai; in basso, l'iscritto al Programma.

82. Segue una parte introdotta dalla locuzione "Premesso che", in cui si afferma, al primo punto, che la società venditrice commercializza con il contratto "il diritto di godimento di periodi settimanali nel complesso turistico residenziale ed alberghiero denominato *Acuarium Suite Resort di Santo Domingo*"; al secondo punto si chiarisce la durata del rapporto (10 anni), mentre al terzo ed ultimo punto si afferma che "l'iscritto potrà usufruire dei servizi accessori facoltativi, indicati nel successivo articolo 4, secondo le modalità iscritte nel regolamento allegato".

83. Nelle successive condizioni contrattuali, con caratteri evidenti, è individuabile l'articolo 2, rubricato "Oggetto e prezzo globale", contenente, per un verso, l'individuazione dell'oggetto ("La venditrice vende e l'iscritto acquista il seguente numero di periodi (...)" e, per altro verso, il "prezzo globale", rispetto al quale si precisa che il "prezzo globale è il risultato della somma tra: il costo dei periodi (esente IVA), pari a (...); le spese amministrative (comprehensive di IVA), pari (...)".

84. Nel contratto, all'articolo 4, viene poi richiamata la facoltà di avvalersi dei seguenti "Servizi accessori facoltativi", disciplinati nel regolamento:

1) *il servizio di conversione dei periodi con altre destinazioni turistiche consultabili sul sito www.ovunqueandrai.it e sul catalogo Ovunqueandrai, le cui modalità ed i cui costi sono stabiliti nell'articolo 4.2 del Regolamento;*

2) *il sistema di promozione denominato Ovunqueandraisparmi, sviluppato dalla venditrice in collaborazione con aziende partner e le cui modalità di fruizione ed utilizzo sono stabilite nel Regolamento all' articolo 3.*

85. Nel regolamento sono poi precisati i vantaggi dell'offerta compresa nel prezzo globale (consistente, nel "diritto ad un soggiorno settimanale, solo pernottamento, per sette notti consecutive"), i costi relativi ai servizi accessori, nonché gli ulteriori oneri non specificati nel contratto.

86. A sua volta, nel documento informativo ci si limita a richiamare unicamente l'oggetto del contratto di cui all'articolo 2 (specificandosi, quanto alla "natura del diritto oggetto del contratto" che questo consta nel "diritto di godimento turnario degli appartamenti del complesso per il numero di periodi settimanali indicati nell'articolo 2 del contratto") ed il suddetto "prezzo globale", senza farsi alcuna menzione circa i servizi accessori ed gli ulteriori oneri specificati nel regolamento.

87. Circa il prodotto "Jambo Vacation Club", invece, va rilevato che sono state apportate solo talune variazioni testuali alla modulistica oggetto di valutazione, comprensiva di diversi documenti separati, tra cui un modulo contrattuale denominato "Contratto di associazione al Jambo Vacation Club", un "Regolamento", nonché un "Documento informativo" ed una "Regolamentazione scambi Jambo Vacation Club" [Cfr. contratto di associazione al club, regolamento, documento informativo, atto fiduciario, contratto di gestione, relativi al prodotto "Jambo Vacation Club", allegati alla memoria difensiva del 28 settembre 2009, doc. n. 35, all. n. 2, integrata con nota del 29 settembre 2009, doc. 36.]. Dette variazioni, peraltro, hanno lasciato sostanzialmente immutata la descrizione dell'oggetto e dei costi del contratto, non incidendo, in particolare, sul contenuto del documento informativo.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

88. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa, tra l'altro, via internet, in data 15 settembre 2009 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo. Con parere pervenuto in data 15 ottobre 2009 la suddetta Autorità, ritenuta la propria competenza ad esprimersi limitatamente all'avvenuta diffusione di messaggi a "mezzo internet", ha espresso il proprio parere nel senso che i suddetti messaggi violano il disposto di cui agli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

1. i contenuti dell'informazioni pubblicitaria non sono esaurienti ed obiettivi e, comunque, tali da informare adeguatamente il destinatario del messaggio che, in realtà, non si tratta di "proprietà" nel significato comunemente recepibile dal consumatore medio, bensì della disponibilità di una vacanza programmata nel tempo, per un certo numero di anni, senza quindi fornire al consumatore una adeguata chiave di lettura;

2. le espressioni utilizzate nel messaggio, quale il ricorso alla terminologia straniera di "time sharing" come modalità più semplice per programmare le vacanze, diventando in tutto e per tutto proprietari nella settimana, sono idonee a indurre in errore medio che potrebbe associare la "proprietà" della vacanza ad un diritto reale su un bene ripartito;

3. il messaggio, pertanto, è inidoneo ad informare compiutamente il consumatore medio che, in realtà, si tratta dell'acquisto del diritto di utilizzare una o più settimane di vacanze all'anno in una struttura residenziale, con il vincolo temporale e l'aggravio di costi aggiuntivi.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

La condotta oggetto di valutazione

89. L'attività del professionista comprende, da un lato, la commercializzazione di beni immobili per i quali il consumatore acquista un diritto reale che attribuisce al titolare la facoltà di usufruire dell'immobile per un periodo determinato contrattualmente (di seguito, offerte con formula in "multiproprietà" in senso stretto) e, dall'altro, una serie di offerte, tra di loro abbastanza omogenee, mediante le quali il consumatore acquista un diritto personale di

godimento a tempo ripartito su un bene immobile. Quest'ultima tipologia di formula commerciale viene definita dal professionista quale offerta di "time sharing". Essenzialmente, si tratta delle operazioni commerciali, precedentemente illustrate, denominate "Settimane Vacanza", "Ovunqueandrai", "Programma Ovunqueandrai", "Jambo Vacation Club" [Vedi risultanze istruttorie, punto III, lett. b.).].

90. Nell'ambito della medesima condotta, oggetto di una valutazione unitaria, rientra anche il comportamento attuato da Sagittario con riferimento all'offerta "Settimane Vacanza" fruita dai segnalanti. Al riguardo il procedimento ha consentito di accertare che la società Sagittario ha posto in essere il comportamento oggetto di segnalazione. Gli accertamenti svolti hanno infatti confermato che i segnalanti hanno acquistato l'offerta "Settimane Vacanza" stipulando il relativo contratto nel 2005, cui è stata data attuazione per la durata del rapporto (prevista fino al 2009), mediante il parziale godimento del prodotto acquistato e la corresponsione di oneri aggiuntivi nella fase post-vendita [Cfr. segnalazione (doc. 1 e 5), nonché informazioni fornite da Sagittario (doc. 18).].

91. Pertanto, vengono in considerazione una formula commerciale, comunemente nota con il nome di "multiproprietà" ovvero, in inglese, di "timeshare", nonché una serie di offerte aventi una funzione similare, che presentano notevoli problemi di asimmetria informativa a discapito dei consumatori, oltre che significativi rischi finanziari. Nella prassi, si tratta infatti di rapporti commerciali di lunga durata e di rilevante valore finanziario, la cui natura è particolarmente articolata e muta di paese in paese. Il loro nucleo centrale, pur nella eterogeneità dei modelli, consiste nell'attribuzione di un diritto di godimento esclusivo ma periodico di una unità immobiliare (di seguito, godimento turnario o ripartito di beni immobili).

Il quadro normativo

92. Il Codice del Consumo detta una specifica disciplina al riguardo nel Titolo IV Capo I (artt. 69 ss.), intitolato "Contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili" [La disciplina ripropone, salvo rare modifiche, le disposizioni già oggetto del Decreto Legislativo 9 novembre 1998, n. 427, a sua volta attuativo della direttiva comunitaria 94/47/CE, del 26 ottobre 1994. La direttiva è stata oggetto di recente revisione al fine di chiarirne alcuni aspetti e di adeguarne i contenuti allo sviluppo di nuovi prodotti per le vacanze di tipo analogo; pertanto, è stata adottata la direttiva 2008/122/CE, del 14 gennaio 2009, destinata a sostituire la precedente disciplina di origine comunitaria entro il 23 febbraio 2011.].

In dettaglio, il campo applicativo viene definito all'articolo 69, il quale individua le caratteristiche della formula commerciale in esame con riferimento a "uno o più contratti della durata di almeno tre anni con i quali, verso pagamento di un prezzo globale, si costituisce, si trasferisce, o si promette di costituire o trasferire, direttamente o indirettamente, un diritto reale ovvero un altro diritto avente ad oggetto il godimento di uno o più immobili, per un periodo determinato o determinabile dell'anno non inferiore ad una settimana".

93. Alla stregua di tale definizione, la natura del rapporto oggetto di disciplina è quindi caratterizzato dai seguenti elementi:

- diritto reale o di godimento;
- periodicità del godimento del bene (esso è relativo ad uno o più periodi - determinati o determinabili - di almeno una settimana ogni anno).
- durata del rapporto non inferiore a 3 anni.

94. La tutela del consumatore nella materia consiste, in primo luogo, nell'obbligo di informazione (chiara, completa, e veritiera) da parte del venditore, obbligo che si sostanzia, innanzitutto, nell'obbligo della redazione di un documento informativo da presentare sin dal primo contatto con il consumatore, anche se questi non è ancora determinato all'acquisto (cfr. articolo 70, comma 1 lettera l, che prescrive che il documento in questione contenga anche le modalità per ottenere ulteriori informazioni).

95. Il documento, ai sensi dell'articolo 70, deve contenere informazioni precise riguardanti, innanzitutto, il diritto oggetto del contratto, con specificazione della natura e delle condizioni di esercizio del diritto. Al riguardo, si evidenzia che, ai sensi dell'articolo 72 del Codice del Consumo, il termine "multiproprietà" può essere utilizzato dal venditore solo ed esclusivamente quando il diritto oggetto del contratto è un diritto reale. Ciò vale anche per le pubblicità commerciali relative al contratto. La ratio di tale norma va individuata nella circostanza che, nel comune sentire del cittadino, il termine richiama alla nozione di "proprietà", conseguentemente rischiando di creare fraintendimenti in merito alla vera natura del diritto.

Inoltre, il contenuto dell'informazione essenziale da fornire al consumatore nel documento informativo comprende specifiche indicazioni circa le generalità e i recapiti del venditore [Le parti

del rapporto sono individuate nello stesso art. 69, secondo cui, ai fini dell'applicazione della stessa disciplina, per "venditore" deve intendersi "la persona fisica o giuridica che è parte del contratto nell'ambito della sua attività professionale"; rientra in tale definizione anche colui che, a qualsiasi titolo, ricollochi sul mercato il diritto di godimento ripartito precedentemente acquistato da un altro consumatore; non vi rientra invece il consumatore che decide di rivendere da sé il diritto de quo. Dall'altra parte, per "acquirente", secondo la disposizione sopra richiamata, deve intendersi "il consumatore in favore del quale si costituisce, si trasferisce o si promette di costituire o trasferire il diritto oggetto del contratto".] (compresa la sua qualità giuridica) e del proprietario, tutte le informazioni relative all'immobile (comprese una serie di informazioni relative alle utenze ed alle condizioni di utilizzo delle parti comuni), il prezzo globale del prodotto, i termini e le modalità di esercizio del diritto del recesso.

In particolare, quanto all'indicazione sul costo, l'articolo 70, comma 1, lettera h), prevede che debba essere indicato, *"il prezzo globale comprensivo di IVA, che l'acquirente verserà quale corrispettivo, la stima dell'importo delle spese a carico dell'acquirente per l'utilizzazione dei servizi e delle strutture comuni, e la base di calcolo degli importi degli oneri connessi all'occupazione dell'immobile da parte dell'acquirente, delle tasse e delle imposte, delle spese amministrative accessorie per la gestione, la manutenzione e la riparazione, nonché le eventuali spese per la registrazione del contratto".*

96. L'obbligo di una chiara informazione si estende anche nella successiva fase della stipula del contratto, il quale deve presentare una serie di requisiti, di forma e di contenuto, dettati dall'articolo 71. Quanto alla forma, esso deve necessariamente avere la forma scritta a pena di nullità, essere redatto in lingua italiana ed eventualmente tradotto nella lingua dello stato in cui l'acquirente risiede o di cui è cittadino, purché sia una delle lingue ufficiali dell'Unione Europea. Circa il contenuto, secondo quanto previsto dalla stesso articolo 71, il contratto deve altresì contenere tutti gli elementi inseriti nel documento informativo, nonché le generalità e il domicilio dell'acquirente, il periodo di godimento del diritto, la clausola per la quale l'acquirente non sarà tenuto a nessun ulteriore costo o prestazione o obbligo al di là di quelli espressamente previsti nel contratto *[Clausola comunque inserita di diritto qualora non vi avessero provveduto le parti.]*, le informazioni sull'eventuale sistema di scambio o vendita del diritto, data e luogo di sottoscrizione.

97. Una seconda garanzia prevista dal Codice del Consumo concerne il diritto di recesso (articolo 73 Cod. Cons.), articolato in due tipi di recesso, uno dei quali connesso strettamente all'obbligo informativo del venditore.

Il primo tipo è il recesso *ad nutum* (articolo 73, comma 1): l'acquirente può recedere dal contratto entro dieci giorni lavorativi dalla sua conclusione, senza specificarne il motivo; ove ne ricorrano i presupposti (es. contratto di multiproprietà stipulato a distanza o fuori dai locali commerciali), è fatta salva l'applicazione della disciplina prevista per i contratti con particolari modalità di conclusione, ove più favorevole al consumatore (articolo 75, comma 2) *[Trattasi di estensione della disciplina del recesso (prevista per i contratti stipulati a distanza o fuori dai locali commerciali) ai contratti in esame, a prescindere dalle modalità di conclusione (art. 75, comma 1). La ratio consiste nella complessità delle formule contrattuali utilizzate in questo contesto, che rende difficile comprendere la natura del diritto in questione, già di per sé non particolarmente agevole da comprendere.]*.

Il secondo tipo è il recesso esteso (articolo 73, comma 2): nell'ipotesi di inadempimento degli obblighi informativi da parte del venditore, il periodo entro cui esercitare il diritto di recesso è prolungato a 3 mesi dalla conclusione del contratto, senza alcun obbligo di rimborso a carico del consumatore *[Secondo quanto previsto dallo stesso art. 73, qualora il venditore, dopo la conclusione del contratto (mancante di uno o più elementi informativi) provveda entro 3 mesi a comunicarli all'acquirente, questi avrà facoltà di recedere ai sensi del comma 1 del presente articolo, con lo stesso obbligo di rimborso delle spese documentate e necessarie. Decorsi inutilmente questi 3 mesi senza che l'acquirente abbia esercitato il diritto né che il venditore abbia ottemperato agli obblighi informativi, decorreranno ulteriori 10 giorni entro cui il consumatore potrà esercitare il recesso di cui al comma 1 (comma 3 e 4, art. 73).]*.

98. Nel caso in esame va, pertanto, tenuto conto che il codice del consumo impone in materia un onere di particolare chiarezza e completezza informativa, dal quale discendono conseguenze anche sotto il profilo della validità delle previsioni contrattuali *[Al riguardo, è da menzionare la garanzia prevista dall'art. 78 del Codice del Consumo, il quale sancisce la nullità di ogni clausola contrattuale o patto aggiunto che comporti la rinuncia da parte del consumatore ai diritti previsti dal codice, o che limiti le responsabilità del venditore. Tale norma costituisce un'applicazione del principio generale fissato all'art. 143 del codice del consumo (relativo all'irrinunciabilità dei diritti attribuiti dal codice e alla nullità dei patti contrari).]*.

La violazione dell'obbligo di informazione e chiarezza sopra illustrato, pertanto, appare suscettibile di essere valutata sotto il profilo di una corretta promozione dell'offerta, ai sensi dell'articolo 20 e ss. del Codice del Consumo, trattandosi di informazioni essenziali ai fini della comprensione delle sue caratteristiche e dei suoi costi (si rileva, tra l'altro, che la pubblicità commerciale, ai sensi dell'articolo 72, comma 2, deve contenere un'apposita informazione in ordine alla possibilità per l'acquirente di ottenere il documento informativo).

99. In particolare, quanto al prezzo, va tenuto conto che il legislatore ha imposto l'obbligo di indicare un "prezzo globale" quale corrispettivo del diritto, e cioè onnicomprensivo, con

esclusione, pertanto, di una scomposizione del prezzo in più voci idonea ad indurre in errore il consumatore. In altri termini, secondo quanto prescritto dal richiamato articolo 70, si ritiene che sia necessaria una esauriente specificazione di quanto l'acquirente dovrà versare per l'intero affare o vale quantomeno per le voci non determinabili *ex ante*, l'indicazione di criteri affinché questo possa comprendere chiaramente il costo effettivo e complessivo dell'operazione.

100. Circa la natura del diritto, è poi da tenere presente che il legislatore ha espressamente previsto dei limiti circa la terminologia utilizzabile nella comunicazione commerciale del professionista e, in dettaglio, assume rilevanza il divieto dell'utilizzo del termine "*multiproprietà*" laddove non si tratti di diritto reale.

101. Tale disciplina riflette particolari esigenze di tutela del consumatore derivanti dalla complessità, dalla natura a lungo termine e dalla rilevanza finanziaria delle operazioni commerciali in esame, per le quali si impone una lettura coerente della disciplina di cui agli artt. 20 e ss. del Codice del Consumo.

102. Ciò considerato, si ritiene che debbano ritenersi ingannevoli tutte le forme di comunicazione commerciale che, discostandosi dalla disciplina settoriale illustrata, sono idonee a rendere difficilmente individuabile le caratteristiche dell'offerta, la natura del diritto ed il prezzo globale del prodotto.

Rientra in tale contesto anche la violazione della prescrizione relativa alla consegna ai consumatori di un documento informativo completo di tutte le informazioni sopra richiamate, nonché il mancato rispetto del disposto di cui all'articolo 72, comma 2, secondo cui la pubblicità commerciale deve contenere un'apposita informazione in ordine alla possibilità per l'acquirente di ottenere il documento informativo.

I profili di scorrettezza

103. Le evidenze raccolte attestano che la società ha posto in essere una pluralità di comportamenti che, dal 2005, hanno dato luogo, tra l'altro, ad una condotta commerciale sostanzialmente omogenea nella fase precedente, contestuale e successiva alla vendita della generalità delle sue offerte relative al godimento a tempo ripartito di beni immobili, la quale risulta essersi protratta nel tempo sino a tutt'oggi.

Peraltro, ai fini dell'applicazione della disciplina del Codice del Consumo introdotta con il Decreto Legislativo n. 146/2007, tale condotta è oggetto di analisi con riferimento ai rapporti in corso alla data di entrata in vigore della stessa disciplina, rilevando, ai sensi della disciplina sopra richiamata, anche l'attività post-vendita svolta dal professionista.

104. La scorrettezza dei comportamenti emerge, in primo luogo, sotto il profilo dell'ingannevolezza delle comunicazioni commerciali, tra le quali il messaggio pubblicitario diffuso tramite internet e la modulistica esaminata, circa le caratteristiche principali ed il costo dei prodotti, ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, nonché, in secondo luogo, sotto il profilo dell'aggressività dell'attività di post-vendita realizzata dal professionista attraverso l'esercizio di un indebito condizionamento volto ad ottenere delle somme non dovute in relazione al costo globale dei prodotti, ed in particolare l'incasso di costi aggiuntivi, ulteriori rispetto al prezzo globale concordato, ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo.

105. Tale condotta risulta contraria alla diligenza professionale ed idonea ad influenzare indebitamente le scelte economiche del consumatore medio in relazione alle caratteristiche dei prodotti commercializzati ed alla loro convenienza.

In particolare, per quanto concerne la contrarietà alla diligenza professionale, per le considerazioni precedentemente svolte, non si riscontra nel caso di specie da parte dell'operatore, il normale grado di competenza ed attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, avuto riguardo alla complessità delle formule contrattuali oggetto di esame.

Nel settore di attività del professionista, pertanto, è ragionevolmente attendibile l'assolvimento di un onere di particolare chiarezza nella realizzazione della relativa comunicazione commerciale, la quale deve ispirarsi a criteri di semplicità e completezza informativa, al fine di attenuare l'asimmetria informativa esistente in materia e di evitare la predisposizione, commercializzazione e vendita di prodotti volti ad eludere la protezione garantita al consumatore dal diritto comunitario.

106. In senso tutt'affatto opposto si colloca invece la comunicazione commerciale della società Sagittario. Al riguardo, va innanzitutto precisato che la suddivisione prospettata dal professionista tra offerte di "*Multiproprietà reale*" e offerte di "*Time Sharing*" è essa stessa fonte di ambiguità, in quanto, secondo la terminologia corrente, il termine "*time sharing*", ovvero

quello di "timeshare", è sostanzialmente equipollente, nella lingua italiana, a quello di "multiproprietà" in senso stretto, termine che, nel comune sentire, richiama il concetto della proprietà di un bene; pertanto, l'utilizzo di tale termine, nel contesto dell'attività promozionale e di vendita svolta dal professionista appare suscettibile di alterare le scelte dei consumatori, sotto il profilo di una ambigua individuazione della natura del diritto e, dunque, delle caratteristiche e della convenienza dell'offerta.

107. La diversa tesi sostenuta dalla società, secondo cui tale termine sarebbe utilizzato in modo generico solo nel messaggio internet e non, invece, nella modulistica contrattuale, sicché non sarebbe idoneo ad indurre in errore, risulta infondata. Le risultanze istruttorie attestano che la società ha fatto ricorso a tale terminologia ambigua anche in altri contesti, ed in particolare, nella modulistica contrattuale [Vedi ad esempio doc. 13.20], nonché nell'opuscolo informativo "Ovunqueandrai periodico di informazione per la tua vacanza", sopra richiamato, in cui il prodotto "Jambo Vacation Club" è stato promosso attraverso una comparazione inappropriata, dichiarando che "il timesharing (letteralmente tempo suddiviso) rappresenta l'evoluzione della multiproprietà tradizionale" [Cfr "Ovunqueandrai periodico di informazione per la tua vacanza", doc. 12,1.]. Accanto poi a tale concetto, talvolta è anche rinvenibile l'utilizzo di una ulteriore terminologia, di oscuro significato, sotto il profilo dell'individuazione dell'oggetto del contratto, quale quella di "multivacanza" [Cfr. doc. 12.8, relativo a "Impegno di cessione di settimane di multivacanza o time sharing".].

108. Nell'insieme, pertanto, la condotta del professionista appare priva di trasparenza e contraria a buona fede, oltreché non conforme alla disciplina settoriale.

109. Per quanto attiene, inoltre, all'idoneità della pratica a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori, si osserva che la carenza informativa oggetto di accertamento riguarda le caratteristiche e la convenienza dei prodotti sopra esaminati, e, in particolare, la natura del diritto oggetto di transazione, la descrizione dei vantaggi conseguibili ed i rischi connessi, i costi dell'operazione, nonché l'identificazione delle parti del rapporto, funzionale all'esercizio dei diritti spettanti ai consumatori, e cioè degli elementi essenziali ai fini dell'adozione di una decisione commerciale consapevole ed informata, in relazione alla scelta se aderire o meno alle offerte con finalità turistica.

110. Va anche considerato che la condotta del professionista ha concretamente arrecato pregiudizio alla collettività dei consumatori, comportando, tra l'altro, la conclusione ed il proseguimento di rapporti commerciali contrari a buona fede, come meglio di seguito precisato.

a) Scorrettezza della pratica concernente il messaggio divulgato tramite internet

111. Il messaggio divulgato dal professionista tramite internet, quantomeno dall'agosto del 2008 fino a settembre del 2009, costituisce una comunicazione commerciale ingannevole, posta in essere dal professionista nella fase della promozione della generalità dei prodotti offerti dal professionista, comprese le offerte in multiproprietà.

Tale iniziativa ha una sua particolare valenza rispetto alla pluralità dei comportamenti posti in essere dal professionista con riferimento alle sole offerte c.d. di "Time sharing", in quanto relativa ad una specifica promozione realizzata attraverso lo strumento internet e, pertanto, suscettibile di alterare le decisioni commerciali della generalità dei consumatori con riferimento alla generalità delle offerte, nella fase precedente all'acquisto e a prescindere dall'instaurazione di uno specifico rapporto con i consumatori rispetto ad una specifica offerta.

112. Il messaggio, infatti, contiene delle informazioni ingannevoli, ai sensi dell'articolo 21 del Codice del Consumo, con riguardo alla promozione dei servizi turistici in esame con formula c.d. di "timesharing", la quale, in generale, è suscettibile di indurre nei consumatori dei falsi convincimenti circa le caratteristiche e la convenienza delle varie offerte del professionista, rendendo incomprensibili, in particolare, la natura del diritto oggetto delle varie offerte, nonché le differenze esistenti tra le medesime offerte, aventi ad oggetto, da un lato, il godimento di un diritto reale (c.d. Offerte di "Multiproprietà Reale"), e, dall'altro, le offerte aventi ad oggetto solo il godimento di un diritto personale.

Nel contesto del messaggio, infatti, il termine "timesharing" nonché l'analoga locuzione di "timeshare", vengono utilizzati in modo scorretto, senza una congrua traduzione, con riferimento al complesso dell'attività svolta dal professionista, comprensiva dunque tanto delle offerte di beni in multiproprietà (per le quali l'utilizzo del termine inglese, di per sé, non sarebbe stato censurabile ove correttamente tradotto in italiano), quanto per le altre offerte non concernenti il godimento di un diritto reale (quale, in particolare, la promozione del "Jambo Vacation Club"), per cui il medesimo termine è richiamato in modo inappropriato.

A ciò si aggiunge la circostanza che nel contesto del medesimo messaggio si ricorre anche all'utilizzo della poco trasparente terminologia di "*proprietà della vacanza*" ed affini, lasciando intendere che l'offerta del professionista con formula c.d. di "*timesharing*" consenta di usufruire pienamente di un immobile, "*diventandone proprietari* (sottolineatura aggiunta) *nelle settimane della vacanza*", anche con riferimento alla tipologia di offerte in cui, in realtà, non viene in considerazione il godimento di un diritto reale, quale la proprietà, bensì un diritto personale di godimento soggetto ad una serie di oneri.

Nel messaggio, inoltre, si afferma che la formula "*permette di scegliere qualunque residence del gruppo o dei Partner*", mentre, come desumibile dalle risultanze istruttorie, tale facoltà è soggetta a limiti in funzione del tipo di offerta.

113. Inoltre, il messaggio risulta ingannevole, ai sensi dell'articolo 22 del Codice del Consumo, in considerazione dell'omissione di adeguate informazioni circa la natura dell'attività svolta, i diritti del consumatore, le caratteristiche dei servizi pubblicizzati ed il loro costo. Nel messaggio pubblicitario in esame, infatti, manca una specifica illustrazione delle offerte del professionista, compresa l'indicazione relativa al documento informativo circa i prodotti offerti, sicché l'informazione fornita ai consumatori non consente di individuare con chiarezza i tipi di prodotti offerti, con le rispettive caratteristiche e differenze.

Il messaggio, pertanto, appare privo dei necessari requisiti di chiarezza e completezza informativa prescritti dalla normativa di settore ed idoneo ad alterare la possibilità di una scelta consapevole da parte dei consumatori.

L'ambiguità dell'informazione divulgata dal professionista e le lacune rilevate appaiono tanto più significative tenuto conto delle particolari esigenze di tutela dei consumatori desumibili dalla natura complessa dell'affare oggetto di valutazione e dai notevoli costi dei prodotti in esame.

b) Scorrettezza della pratica concernente le offerte del professionista

114. Secondo quanto emerso dall'istruttoria e dalle argomentazioni delle parti, risulta provato che il professionista ha commercializzato la generalità delle proprie offerte aventi ad oggetto la fruizione di un diritto personale di godimento di un bene immobile a tempo ripartito (e, segnatamente, le offerte denominate "*Settimane Vacanza*", "*Ovunqueandrai*"; "*Programma Ovunqueandrai*"; "*Jambo Vacation Club*") [Cfr. *risultanze istruttorie circa le offerte in esame: parr. 33 e ss.*] senza fornire ai consumatori adeguate informazioni circa gli elementi essenziali delle sue offerte, né per quanto concerne le caratteristiche dei prodotti venduti, né in relazione al costo effettivo e globale delle operazioni commerciali oggetto di accertamento.

Offerte "*Settimane Vacanze*" e "*Ovunque andrai*"

115. In dettaglio, quanto alle offerte "*Settimane Vacanza*" e "*Ovunqueandrai*", si rileva che le due offerte, sostanzialmente simili nel contenuto, presentano analoghi profili di scorrettezza, di seguito descritti.

Al riguardo, il professionista, in violazione della normativa di settore, non soltanto non ha fornito ai consumatori il prescritto documento informativo, ma ha altresì utilizzato dei moduli contrattuali dal cui esame emerge la presenza di informazioni ambigue ed incomprensibili circa le caratteristiche dell'offerta (e cioè, l'individuazione delle parti dell'operazione, la natura del diritto oggetto di transazione, i termini di fruizione del bene) ed il loro costo.

116. Infatti, quanto alle caratteristiche dell'offerta, non risulta chiara neanche l'individuazione della stessa "*Soc. venditrice*", rispetto alla quale nei moduli contrattuali, oltre alla denominazione del professionista, risultano ambiguamente richiamate anche altre denominazioni, quali quella di appositi agenti (ad. es. la società "*Vacanze e Futuro s.r.l.*", indicata nel modulo sottoscritto dai segnalanti) [Vedi segnalazione con allegato modulo: doc. n. 5.], ovvero quella di una propria struttura interna, "*Sagittario Ovunqueandrai Tour Operator- Agenzia di Viaggio*". Detta struttura è priva di una distinta personalità e di uno specifico ruolo nel contesto dell'operazione "*Ovunqueandrai*", e pertanto artatamente individuata, anche mediante l'indicazione di un diverso indirizzo rispetto alla sede legale della Sagittario, e tale da poter ingenerare dei falsi convincimenti nei consumatori sotto il profilo dell'individuazione di un elemento qualificante dell'offerta, quale l'identità dell'operatore.

A ciò va aggiunto che è parimenti oscura la descrizione della natura dell'oggetto del contratto, individuato nella relativa modulistica in modo enfatico con il richiamo al concetto di "*Settimane Vacanza*" ovvero a quello di "*settimana di soggiorno*", laddove invece, come riconosciuto dallo

stesso operatore, oggetto del contratto è unicamente il pernottamento presso una delle strutture indicate nei moduli (così nell'offerta "Settimane Vacanza") [Vedi segnalazione con allegato modulo: doc. n. 5.] e, eventualmente, presso altra struttura, non richiamata nel contratto, facente parte delle offerte del professionista (così nell'offerta "Ovunqueandrai", dove si richiamano genericamente "Altre offerte del Tour Operator") [Vedi modulistica: doc. 13.14.].

117. Simile prospettazione, d'altra parte, appare tanto più ingannevole tenendosi presente che nel modulo risulta enfatizzato, con caratteri molto evidenti, la descrizione del bene quale offerta di periodi settimanali di soggiorno con accanto l'indicazione di un "costo complessivo" (offerta "Settimane Vacanze") ovvero di un "Importo complessivo" (offerta "Ovunqueandrai"), un ammontare che, in realtà, è solo un prezzo "base", rispetto al quale l'offerta prevede degli oneri aggiuntivi, tra cui il pagamento obbligatorio della pensione presso talune delle strutture individuate nel contratto, dei quali i consumatori non risultano chiaramente informati. La specificazione, separata, circa tali oneri aggiuntivi nelle condizioni di contratto, scritte con caratteri molto piccoli, non consente un'immediata percezione del prezzo globale ed effettivo del prodotto, e comunque risulta contraddittoria rispetto alla precedente indicazione di un prezzo "complessivo", sicché tale articolazione è suscettibile di indurre nei consumatori la falsa convinzione di non dover sostenere degli oneri ulteriori rispetto a quanto pagato quale prezzo "complessivo" per i periodi indicati nel contratto [In generale, si ricorda che, secondo pacifica giurisprudenza, "non è l'articolazione del prezzo o della tariffa, che è connaturata alla natura del bene o del servizio offerto e che obbedisce ad una autonoma scelta imprenditoriale, a rendere ingannevole il messaggio pubblicitario, ma la scelta di enfatizzare un prezzo base che non corrisponde al prezzo finale ed effettivo, e che può indurre in errore il consumatore quando non si accompagni a modalità di presentazione del messaggio complessivo che consentano una precisa e immediata percezione del prezzo finale ed effettivo": così TAR Lazio, I, 8 settembre 2009, 8395; idem 16 gennaio 2008, n. 276; id., 16 gennaio 2008, n. 277; id., 21 gennaio 2002, n. 633.].

Tale considerazione vale anche per il prospetto riportato sul retro del modulo dell'offerta "Programma Ovunqueandrai" che, stando all'intestazione, era destinato a fornire maggiori ragguagli ai consumatori circa la definizione dei periodi e delle date di soggiorno, e non già circa gli oneri aggiuntivi dovuti che, nel prospetto, sono solo menzionati in una parte rubricata "Note", facendosi intendere, erroneamente, che siano compresi nell'offerta i relativi ammontari, quale quello dovuto per la "pensione completa prevista" [Vedi retro del modulo: doc. 13.14.].

118. La portata decettiva della comunicazione non è neanche attenuata dalla circostanza che nei moduli per le singole strutture circa l'offerta "Settimane Vacanza" risultava, volta a volta, successivamente indicato, dopo l'avvenuto acquisto del prodotto, l'ammontare dovuto per poter godere del pernottamento presso la specifica struttura (es. pagamento obbligatorio della pensione) [Vedi moduli illustrativi circa le singole strutture, allegato n. 2, memoria Sagittario: doc. 25.], trattandosi di un'informazione inidonea a sanare l'alterazione originaria della scelta dei consumatori circa l'acquisto del prodotto, valutandone contestualmente la convenienza.

Inoltre, è da tenere presente che, per la tipologia di offerta in esame, il legislatore ha imposto, per una maggiore chiarezza e trasparenza informativa, l'obbligo di indicare un "prezzo globale", e cioè onnicomprensivo, con esclusione, pertanto, unicamente delle voci di costo non preventivamente individuabili in forma determinata.

Nel caso in esame gli oneri aggiuntivi sopra visti non rientrano in tale tipologia di costo e, pertanto, le forme pubblicitarie in esame, discostandosi dal modello legislativo, sono inidonee a rendere agevolmente individuabile il prezzo globale del prodotto senza alcuna giustificata esigenza commerciale.

Offerta Programma Ovunqueandrai

119. L'Offerta "Programma Ovunqueandrai" costituisce una sorta di variazione rispetto alle precedenti offerte in cui, pur mantenendo sostanzialmente inalterata l'impostazione ambigua sopra vista quanto alla natura del diritto ad ai suoi costi, si è reso ancora più difficilmente individuabile l'oggetto del contratto ed il relativo corrispettivo, mediante l'utilizzo di una modulistica composta da più documenti, la quale prevede una disciplina negoziale alquanto indefinita nei contenuti

Al riguardo, è da rilevare che la modulistica da prendere in considerazione è quella acquisita in ispezione, per cui risulta provato l'effettivo uso nei rapporti con i consumatori [Cfr. doc. 13.12, 12.16, 13.6.], e non già quella esibita dal professionista, avente un contenuto astratto parzialmente diverso, non essendovi prova di un'effettiva applicazione [Cfr. Memoria della parte, con allegati: doc. 25.].

120. Dall'esame della documentazione acquisita si evince che, diversamente da quanto sostenuto dal professionista, si tratta, in sostanza, di un contratto di durata che attribuisce al consumatore un sistema preferenziale di accesso alle strutture indicate e, in particolare, il

diritto di ottenere degli sconti relativamente alle stesse strutture, senza, tuttavia, che ciò emerga chiaramente dalle relative previsioni contrattuali.

121. Il professionista, in violazione della normativa di settore, ha infatti fornito ai consumatori un documento informativo privo dei requisiti prescritti, nonché utilizzato dei moduli contrattuali dal cui esame è difficile comprendere le caratteristiche dell'offerta (e cioè, l'individuazione delle parti dell'operazione, la natura del diritto oggetto di transazione, i termini di fruizione del bene) ed il relativo costo.

122. In tal senso, assume rilievo, innanzitutto, la circostanza che gran parte delle disposizioni di dettaglio sulle modalità di godimento del bene ed i relativi costi sono contenute in un diverso documento rispetto al contratto e cioè nel "Regolamento", rimesso alle modifiche discrezionali ed unilaterali del professionista [Vedi "Documento di sottoscrizione", lettera C: doc. 13.12.].

123. Inoltre, nel contratto non risultano chiaramente indicate le parti contrattuali: infatti, nel contratto compaiono i seguenti loghi "Sagittario Distribuzioni" e "Sagittario Ovunqueandrai-Tour Operator", individuandosi, poi, nella parte superiore del documento, quali parti del programma, la società Sagittario (come promotrice e "venditrice"), il "Tour operator Sagittario Ovunqueandrai" quale "gestore", laddove invece, come già rilevato, non è vi alcuna differenza soggettiva tra i due.

124. La natura del diritto oggetto di acquisto è parimenti ambigua, in quanto nel contratto si lascia intendere che l'offerta consista in una pluralità di servizi (godimento di periodi di soggiorno "fluttuanti" presso una certa struttura, accesso ad un sistema di scambio e fruizione di un sistema di "crediti virtuali"), là dove invece, da un esame congiunto e difficoltoso delle varie clausole, incomprensibile al consumatore medio, emerge che il diritto acquistato concerne essenzialmente il pernottamento presso la struttura indicata a tariffe agevolate [Cfr. Documento di sottoscrizione, lettera B, nonché le disposizioni del "Regolamento" richiamate nel primo, in particolare, art. 1, dove si prevede l'oggetto del diritto con il vincolo del pagamento della pensione a tariffe agevolate, doc. 13.12.].

125. A sua volta, quanto al prezzo, va rilevato che il corrispettivo dell'acquisto del diritto, indicato in modo evidente nel frontespizio del contratto alla voce "Prezzo del Programma", concerne soltanto il pernottamento per i periodi settimanali acquistati, mentre rimangono esclusi vari oneri aggiuntivi, quali, il costo della pensione completa obbligatoria, nonché una serie di ulteriori costi individuabili dal complesso delle disposizioni, e concernenti, tra l'altro, la procedura di prenotazione ("per ogni prenotazione richiesta i primi tre preventivi saranno gratuiti, i successivi avranno un costo di 40 euro; i diritti di prenotazione applicati per ogni prenotazione sono pari a 25 euro per persona, esclusi i bambini fino a 12 anni"), il costo del riepilogo annuo della posizione dell'acquirente (pari a 50 euro all'anno), il costo per la cessione dei diritti (pari a 200 euro), specificati nel Regolamento [Vedi "Regolamento", doc. 13.12.] e non richiamati nel documento informativo. In quest'ultimo documento, infatti, alla voce "Prezzo e trasferimento del diritto", si menziona soltanto l'"importo pattuito" ed il costo del riepilogo [Cfr. Documento informativo, doc. 13.12.].

126. L'esistenza di oneri aggiuntivi è riconosciuta dallo stesso professionista, per cui appare priva di pregio l'osservazione che nel "Documento di sottoscrizione", relativo all'offerta in esame, sarebbe precisato l'ammontare del costo relativo alla pensione (elemento non presente nella modulistica acquisita in ispezione), in quanto, in ogni caso, non risulta individuato con chiarezza un prezzo globale.

127. La descrizione dell'offerta in esame, pertanto, analogamente alle precedenti, risulta dunque ben lontana dal modello previsto dalla legge e tale da rendere difficilmente individuabile sia l'oggetto dell'operazione commerciale che il prezzo globale del prodotto, pregiudicando così la libertà di scelta dei consumatori.

Offerta Jambo Vacation Club

128. L'offerta "Jambo Vacation Club" risulta ancora più complessa rispetto alle precedenti ed è incentrata, in modo artato, sulla prospettazione, anche nel contesto di apposita promozione telefonica, di un'ampia facoltà di scambio delle settimane acquistate nell'ambito delle strutture facenti parte del catalogo del professionista senza particolari oneri⁹⁹ [0 Vedi, in particolare, script relativo alla promozione telefonica dell'offerta: doc. 12.6., dal quale emerge il professionista ha promosso l'offerta, in permuta rispetto a dei preesistenti contratti di multiproprietà, affermandone la convenienza sotto il profilo dell'eliminazione di "tutti gli oneri tipo (spese gestione, scambi, volo), dando in cambio il circuito sia dei villaggi che delle ultime offerte last minute del mercato"; "il cliente vende alla società il suo appartamento in multiproprietà e diventa così libero da ogni vincolo che comporta la multi-periodo fisso, spese di gestione e problemi di scambio; il cliente può accedere a tutte le strutture affiliate al circuito".]⁰.

In realtà, dalle risultanze istruttorie emerge che tale facoltà di scambio, lungi dal non

comportare oneri a carico dei consumatori, costituisce un servizio ulteriore rispetto al bene oggetto di acquisto, costituito, essenzialmente, dalla fruizione della struttura indicata nel contratto, per il numero di settimane convenuto, sempreché questa sia disponibile [Si ricorda che nel contratto, al punto n. 3, è previsto che, in caso di indisponibilità, la società può assegnare un'altra struttura rispetto a quella convenuta.].

Ciò, peraltro, non risulta desumibile dal contenuto della promozione dell'offerta svolta dal professionista, né risulta agevolmente desumibile dalla modulistica in cui viene illustrata l'offerta, in quanto il programma di scambio è oggetto di una specifica "Regolamentazione", illustrata in un documento separato il cui contenuto è solo genericamente richiamato nel contratto e nel documento informativo, senza precisarne i relativi oneri, e comunque in un contesto di non facile percezione.

Il programma di scambio, infatti, si colloca al di fuori del frontespizio del contratto, ove, in apposito riquadro, vengono individuati gli elementi essenziali del contratto, e cioè l'immobile oggetto di acquisto (a tempo ripartito) e varie voci di costo, tra le quali non sono menzionate quelle relative al programma di scambio. Gli ammontari, variabili, dovuti per l'eventuale adesione al programma di scambio, inoltre, non sono specificati neanche nel documento informativo all'apposita voce "Oneri aggiuntivi", potendo perciò indurre nei consumatori il falso convincimento che si tratti di un servizio privo di costi specifici.

Tale impostazione, avendo ad oggetto un elemento caratterizzante dell'offerta, è palesemente forviante delle scelte dei consumatori, pregiudicandone la capacità di una valutazione consapevole dell'offerta già nella fase precedente all'acquisto, oltre che in quella contestuale e successiva alla sottoscrizione del contratto.

129. Più in generale, dall'esame della modulistica si rileva che il professionista, in violazione della normativa di settore, ha fornito ai consumatori un documento informativo privo dei requisiti prescritti, nonché moduli contrattuali che veicolano un quadro informativo oscuro circa le caratteristiche dell'offerta (e cioè, l'individuazione delle parti dell'operazione, la natura del diritto oggetto di transazione, i termini della fruizione del bene) e il loro costo.

130. In dettaglio, quanto all'identità delle parti, accanto alla società (in qualità di venditrice) sono artificiosamente indicati una pluralità di soggetti, quale il "Jambo Vacation Club", facente capo alla "Sagittario Vacation Club Management, divisione della Sagittario Distribuzione S.r.l.", e cioè allo stesso professionista, diversamente qualificato quale "società di gestione" del club; a ciò poi si aggiunge il richiamo, non chiaro, di un altro soggetto, il "First National Trustee Company (UK) Ltd. (FNTC), in qualità di trustee che amministra fiduciariamente il Jambo Vacation Club e ne rilascia i certificati", e cioè i titoli necessari per il godimento del diritto presso le strutture indicate, la cui funzione non risulta chiaramente individuata. La proprietà dei beni, infatti, fa capo ad un altro soggetto, indicato nel documento informativo (e cioè la società Tripex Ltd, con sede in Londra). Nell'insieme, pertanto, non risulta agevole cogliere il ruolo dei vari soggetti, ostacolando così anche la comprensione e l'esercizio dei diritti spettanti ai consumatori, tra cui il diritto di recesso secondo le modalità previste dalla disciplina in materia.

131. Simile ostacolo risulta tanto più evidente tenendosi conto che anche la natura del diritto è poi ambiguamente illustrata nel frontespizio del contratto, facendosi riferimento allo schema dell'adesione ad un club, in virtù della quale, da un lato, si afferma che il socio acquista dalla "Venditrice il diritto di utilizzo delle unità immobiliari e per i periodi indicati", e, dall'altro, l'esercizio del diritto è condizionato all'ottenimento di appositi "certificati di associazione", rilasciati da un altro soggetto (il First National Trustee Company (UK) Ltd.) [Cfr. Premesse del "Contratto di associazione al Jambo Vacation Club": doc. 13.11.]. Si tratta una mera formalità che rende difficilmente decifrabile la natura del rapporto intercorrente tra le parti e che, tra l'altro, appare funzionale all'inserimento di ulteriori costi aggiuntivi rispetto al prezzo di acquisto del diritto, privi di un'obiettiva giustificazione.

132. Circa il prezzo dell'acquisto del diritto, va infatti evidenziato che nel frontespizio del contratto vengono ad essere specificate varie voci di costo, in modo separato ed incomprensibile, rispetto a quello che costituisce il corrispettivo del bene comprato (e cioè i periodi settimane presso la specifica struttura), corrispondente alla voce "Quota di associazione".

Come riconosciuto dalla società, il prezzo così individuato, non comprende una serie di oneri aggiuntivi, e cioè la "quota associativa annua in corso", "quota personale servizi annua in corso", "Spese amministrative".

La "quota associativa annua in corso" è quantificata nel frontespizio con riferimento all'ammontare dovuto per l'anno in corso al momento della sottoscrizione del contratto, mentre per gli anni successivi non risulta determinata, neppure in base ad un valore stimato, né risulta

determinabile sulla base di criteri oggettivi e conoscibili dal consumatore. Nel contratto, contraddittoriamente, si rinvia infatti ad un computo effettuato annualmente in base ai costi di gestione del club, ma il cui ammontare deve essere corrisposto per "ogni periodo settimanale", ovvero, apparentemente, per ciascun periodo, sia pure nel corso dello stesso anno [Vedi art. 5 del "Contratto di associazione al Jambo Vacation Club": doc. 13.11.].

La "quota personale servizi annua in corso" è quantificata nel frontespizio con riferimento all'ammontare dovuto per l'anno in corso al momento della sottoscrizione del contratto, benché, sulla base di quanto previsto nella modulistica, questo costo risulti dovuto "individualmente per ogni periodo settimanale e solo in caso di utilizzo dell'appartamento" [Vedi art. 5 del "Contratto di associazione al Jambo Vacation Club": doc. 13.11.].

Le "Spese amministrative" risultano quantificate nel frontespizio del contratto, senza che se ne specificino i criteri di quantificazione [Secondo quanto affermato dalla parte, tale voce comprende il costo per l'emissione del certificato di associazione (vedi doc. 32).].

Infine, si ricorda che dal prezzo, sopra individuato, sono altresì esclusi i costi, già richiamati, per il programma di scambio, il cui ammontare è desumibile dall'apposita "Regolamentazione", ma non è né determinato né determinabile sulla base di criteri oggettivi desumibili dal contratto [Vedi frontespizio ed art. 9 del Contratto: doc. 13.11.].

Peraltro, è da rilevare che solo alcuni dei predetti oneri aggiuntivi sono indicati nel frontespizio, ovvero richiamati nel documento informativo senza la necessaria chiarezza espositiva. Invero, non fornendo alcun dettaglio circa il prezzo di acquisto e le voci che esso comprende, nel testo del documento informativo si afferma che "sono a carico dell'acquirente, oltre al prezzo di acquisto, anche i seguenti oneri", menzionandosi soltanto il "Certificato di associazione al club", "Quota associativa annuale", "Quota personale servizi". Nella stessa clausola si precisa: "Al di fuori di quelli indicati non vi sono carico dell'acquirente altre spese ed oneri" [Cfr. moduli acquisiti in ispezione, "Documento informativo- Jambo Vacation Club": doc. 13.11].

In realtà, come già chiarito, l'affermazione non corrisponde al vero, e comunque non soddisfa l'esigenza, tutelata dal legislatore, di un'informativa completa circa il costo complessivo dell'operazione, comprensivo dell'indicazione del prezzo globale dell'acquisto e dei criteri di quantificazione delle voci di costo, indicate dallo stesso legislatore, connesse all'uso del bene, ove queste non siano determinabili in un preciso ammontare in via preventiva.

133. In sintesi, tale offerta, ancor più delle precedenti, risulta mancante di trasparenza tanto con riferimento all'individuazione della natura del diritto acquisito (artatamente prospettato quale adesione ad un club), che con riguardo all'indicazione del costo globale dell'operazione, non desumibile in alcun modo dall'esame della modulistica.

La condotta oggetto di segnalazione

134. In tale contesto, il comportamento oggetto di segnalazione esemplifica in modo emblematico l'impatto della scorrettezza della pratica in esame. Infatti, le risultanze istruttorie confermano che la società ha promosso con modalità ingannevoli l'offerta "Settimane Vacanza" acquistata dai segnalanti nel 2005 e ha dato attuazione in forme aggressive al contratto per tutta la durata del rapporto (prevista fino al 2009), condizionando indebitamente le scelte dei consumatori nella fase post-vendita.

135. In senso opposto, è priva di pregio la tesi della società secondo cui ad essa non sarebbe imputabile alcuna condotta illecita in quanto il contratto in esame è stato concluso da un agente. La circostanza non assume infatti alcun rilievo, atteso che alla società risulta riconducibile sia la predisposizione che la realizzazione dell'operazione commerciale, e, dunque, la responsabilità dell'illecito va imputata alla medesima società [Sul punto si richiama, inoltre, quanto affermato dal Tar Lazio nella sentenza n. 3722 del 9 aprile 2009 (PS91), secondo cui, nel caso in cui le attività del professionista siano demandate ad uno o più agenti, il primo non è comunque esentato dal dovere di adottare un atteggiamento di assidua e puntuale attenzione sulla condotta degli agenti. In caso contrario, infatti, l'utilizzabilità del modulo negoziale in questione si tradurrebbe in un'esimente volta a porre il professionista al riparo da condotte che quest'ultimo asserisca non essere riconducibili al fatto proprio.].

Va, inoltre, tenuto presente che, come riconosciuto dalla società, essa ha dato esecuzione al contratto secondo le condizioni previste nel modulo, nonostante le ripetute lamentele dei consumatori.

136. In effetti, i segnalanti, diversamente da quanto potevano ragionevolmente attendersi sulla base delle informazioni fornite da Sagittario nel modulo contrattuale precedentemente illustrato, non hanno potuto usufruire dell'offerta nei termini attesi, e cioè senza il pagamento di ulteriori somme rispetto al "costo complessivo" evidenziato nella parte centrale del modulo, dovendo al

contrario sostenere dei costi aggiuntivi non portati adeguatamente a conoscenza dei consumatori relativi a servizi di mezza pensione ed altri costi obbligatori legati al soggiorno. Tali costi, diversamente da quanto asserito dalla società, per le considerazioni precedentemente svolte, non erano individuati né individuabili nel contratto, ma oggetto di una specifica e successiva richiesta effettuata al momento della prenotazione relativa a ciascun periodo di soggiorno. Pertanto, il condizionare il godimento del diritto al pagamento di tali somme [La circostanza risulta ammessa dalla stessa società, come desumibile dalle informazioni fornite da Sagittario, la quale : doc. 18.] risulta aver avuto una valenza illecita, riconducibile allo sfruttamento della particolare debolezza dei consumatori rispetto ad un'offerta complessa, di lunga durata e con notevole impatto finanziario.

137. Tale comportamento, d'altra parte, non assume un carattere autonomo rispetto al complesso dell'attività svolta dalla Sagittario con riferimento alla generalità dei consumatori. Esso, pertanto, con riferimento al complesso dell'attività sopra esaminata, configura un'unica pratica commerciale scorretta.

Sussistenza di una unica violazione

138. Gli accertamenti svolti hanno confermato che la società ha promosso con modalità ingannevoli le offerte in esame, nonché dato una sleale attuazione ai contratti, condizionando indebitamente le scelte dei consumatori nella fase post-vendita. In linea con le indicazioni della giurisprudenza amministrativa, va evidenziata nel caso in esame la sussistenza di una "naturale contiguità tra trasparenza informativa ed aggressività della condotta" [Vedi sentenza Tar del Lazio, Sez. I, 15 giugno 2009, n. 5625.], in quanto la mancanza di adeguati strumenti informativi volti a descrivere compiutamente l'oggetto ed il costo del prodotto nella fase precedente e contestuale all'acquisto ha poi determinato, nella fase post-vendita, l'esercizio di un indebito condizionamento volto ad ottenere delle somme dai consumatori non dovute in quanto estranee al costo globale concordato.

139. Sulla base delle precedenti considerazioni, con riferimento al periodo preso in considerazione (decorrente quantomeno dal settembre 2007 ad oggi), le condotte poste in essere da Sagittario costituiscono un'unica pratica commerciale scorretta, in quanto realizzata secondo un disegno unitario nello svolgimento della propria attività di promozione, vendita e attuazione dei rapporti instaurati con i consumatori relativamente a varie offerte, tra di loro omogenee ed aventi ad oggetto un analogo bene (diritto personale di godimento a tempo ripartito).

Scorrettezza della pratica sotto il profilo della mancanza di trasparenza

140. La scorrettezza della condotta emerge, in primo luogo, sotto il profilo dell'ingannevolezza della comunicazione commerciale realizzata dal professionista circa le caratteristiche principali ed il costo dei prodotti, ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo. Vengono in considerazione al riguardo, da un lato, i messaggi promozionali diffusi dal professionista attraverso vari mezzi, tra cui il messaggio internet sopra esaminato, la promozione telefonica dell'offerta *Jambo*, la divulgazione di appositi opuscoli pubblicitari e, dall'altro, la modulistica utilizzata dal professionista nella vendita delle offerte aventi ad oggetto la fruizione di un diritto personale di godimento di un bene immobile a tempo ripartito, sopra esaminate.

141. Nell'insieme, quanto alla modulistica, si rileva che la comunicazione del professionista concerne le offerte "Settimane Vacanza", "Ovunqueandrai"; "Programma Ovunqueandrai" "Jambo Vacation Club"; per ciascuna offerta tale comunicazione è composta da più documenti contrattuali che, nell'insieme, non forniscono ai consumatori un'adeguata informazione circa gli elementi essenziali di ciascuna offerta, né per quanto concerne le caratteristiche dei prodotti venduti, né in relazione al costo effettivo e globale delle operazioni commerciali oggetto di accertamento.

142. L'ingannevolezza del comportamento risulta particolarmente evidente, innanzitutto, per le offerte "Settimane Vacanza" e "Ovunqueandrai", in cui il professionista, sotto l'ambigua forma di una sorta di vendita di "settimane" di vacanza o di "soggiorno", ha in realtà celato un'offerta consistente nella mera fruizione, per dei periodi settimanali, di un diritto personale di godimento di alcune strutture, in relazione al quale non solo non è stato fornito alcun documento informativo ma, per di più, è stato prospettato un costo non corrispondente a quello effettivo. Il

prezzo del bene, infatti, risulta individuato con molta evidenza per le due offerte, rispettivamente come "prezzo complessivo" e "costo complessivo", nel frontespizio del contratto, benché questo non fosse comprensivo di oneri aggiuntivi, quali il pagamento obbligatorio della pensione per alcune strutture, difficilmente desumibili dalla lettura della modulistica.

143. Analoga ambiguità si riscontra anche per le successive offerte "Programma Ovunqueandrai" e "Jambo Vacation Club", per le quali, invece, il professionista ha celato la natura del diritto attraverso la presentazione di una proposta contrattuale particolarmente complessa, articolata, apparentemente, attraverso più servizi ed una molteplicità di rinvii, non trasparenti, tra più documenti contrattuali, tra cui rientra anche il documento informativo consegnato ai consumatori, mancante dei requisiti richiesti.

L'offerta è infatti risultata circoscritta essenzialmente alla fruizione di una struttura individuata nel contratto, per periodi settimanali, con la possibilità di avvalersi di altri servizi, non compresi, tuttavia, nel prezzo dell'acquisto. Anche in tal caso, il professionista, in modo non trasparente, ha imposto il pagamento di un prezzo diverso da quello dovuto come corrispettivo dell'acquisto del diritto (individuato, rispettivamente per le due offerte, come "Prezzo del programma Ovunqueandrai" e "Quota di associazione", nel frontespizio del contratto), inserendo la previsione di una serie di oneri aggiuntivi, quali, ad esempio, il pagamento obbligatorio della pensione per alcune strutture (nel "Programma Ovunqueandrai"), ovvero per lo scambio della struttura (nell'offerta "Jambo"), difficilmente desumibili dalla lettura della modulistica.

Scorrettezza della pratica sotto il profilo dell'aggressività dell'attività di post-vendita

144. In secondo luogo, la condotta appare scorretta sotto il profilo dell'aggressività dell'attività di post-vendita realizzata dal professionista attraverso l'esercizio di un indebito condizionamento volto ad ottenere dai consumatori delle somme non dovute in relazione al costo globale dei prodotti, e in particolare l'incasso di costi aggiuntivi, ulteriori rispetto al prezzo globale concordato, ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo.

145. Dalle informazioni acquisite nel corso del procedimento e dalle risultanze istruttorie, infatti, emerge che i consumatori, diversamente da quanto potevano attendersi sulla base delle informazioni fornite da Sagittario, non hanno potuto usufruire dell'offerta nei termini ragionevolmente attesi, e cioè, in particolare, secondo le modalità concordate e senza il pagamento di ulteriori somme rispetto al corrispettivo del diritto evidenziato nel contratto, dovendo, al contrario, sostenere dei costi aggiuntivi non rientranti nel costo globale concordato [Cfr. reclami presentati dai consumatori nei quali si lamenta la scarsa trasparenza delle condizioni e di costi dei prodotti offerti da Sagittario, con conseguente richieste di restituzione di somme (doc. 12.16), nonché informazioni illustrate nelle risultanze istruttorie, punto III, lett. c.).

146. In particolare, vengono in considerazione taluni costi che non sono né individuati né individuabili sulla base del contratto predisposto dal professionista, bensì rimessi ad una sua successiva ed autonoma determinazione. Tra questi, ad esempio, i costi per poter usufruire del programma di scambio pubblicizzato con riferimento all'offerta "Jambo Vacation Club". Al riguardo, si è già evidenziato che ove il consumatore intenda avvalersi di tale programma, il quale non è menzionato nell'oggetto del contratto né tra i costi specificati nel frontespizio del medesimo modulo, egli, dopo il secondo anno, è tenuto a corrispondere "una quota di scambio", variabile in relazione alla tipologia di scambio, la quale viene determinata annualmente da Sagittario, come desumibile dall'apposita "Regolamentazione scambi" [Vedi modulistica relativa all'offerta "Jambo Vacation Club", tra cui la menzionata "Regolamentazione", valevole per l'"Esercizio 2008", doc. 13.11.]. Si tratta pertanto di voci di costo non concordate, estranee all'ammontare dovuto quale corrispettivo del diritto ovvero al prezzo del prodotto. Conseguentemente, la richiesta di tali somme risulta una forma di pressione indebita, suscettibile di indurre i consumatori ad avvalersi del programma e a sostenerne i costi al fine di usufruire pienamente dell'offerta.

147. Analoghe considerazioni sono da richiamare anche con riferimento all'offerta "Programma Ovunqueandrai", in cui sono contemplati degli oneri aggiuntivi rispetto al prezzo concordato e, in particolare, rispetto al "prezzo", quale corrispettivo del diritto individuato nel frontespizio del contratto. Detti oneri, diversamente, sono oggetto di apposito "Regolamento", il cui contenuto è rimesso alla determinazione unilaterale del professionista anche in relazione alla programmazione turistica dallo stesso determinata. D'altra parte, rimane fermo l'obbligo del pagamento di tali oneri (tra cui è da menzionare il costo della pensione) da parte del consumatore al fine di poter usufruire del prodotto [Vedi modulistica relativa all'offerta "Programma Ovunqueandrai" reperita in ispezione, e in particolare cfr. clausola di cui al punto c) del documento di sottoscrizione: doc.

13.12].

148. Il pagamento dei costi aggiuntivi sopra esposti, pertanto, appare conseguente all'esercizio di un indebito condizionamento da parte del professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1), del Codice del Consumo, consistente, nell'aver sfruttato il proprio particolare potere contrattuale, derivante dalla natura, durata ed onerosità dei contratti in esame, e nell'aver ostacolato la comprensione e l'esercizio dei diritti dei consumatori, in modo da limitare considerevolmente la loro capacità di assumere una decisione consapevole.

Conclusione

149. La pratica commerciale in esame, pertanto, ha dato luogo a forme di comunicazione commerciale ingannevoli circa le caratteristiche principali e il costo delle offerte del professionista, e, per altro verso, ha comportato una condotta aggressiva posta in essere nella fase dell'attività di post-vendita, realizzata dal professionista al fine di ottenere somme non dovute in relazione al costo globale dei prodotti, e in particolare l'incasso di costi aggiuntivi, ulteriori rispetto al prezzo globale concordato, integrando, conseguentemente, un'unica violazione ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

150. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

151. 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.

152. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto che la fattispecie in esame risulta integrata da una pluralità di comportamenti scorretti, individuabili con riferimento, in particolare, alla comunicazione commerciale posta in essere dal professionista con vari mezzi (tra cui, internet e telefono), suscettibili di raggiungere un numero molto ampio di consumatori, nonché in relazione alla condotta post-vendita realizzata dal professionista rispetto alla generalità delle sue offerte, concernenti un bene connotato da asimmetria informativa, lunga durata e da un elevato valore finanziario.

L'infrazione, pertanto, appare molto grave in considerazione anche del significativo pregiudizio arrecato ai consumatori, la cui libertà di scelta risulta limitata, per i rapporti in corso, con riferimento ad un prodotto di lungo periodo e di rilevante valore economico. A fronte di tali circostanze si rendeva tanto più necessaria la trasmissione di adeguate informazioni al consumatore in ordine agli elementi essenziali dell'offerta, quali quelli concernenti le caratteristiche ed il costo dell'operazione commerciale.

153. Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, la pratica commerciale risulta essere stata attuata per un lungo periodo, decorrente dall'entrata in vigore del Codice del Consumo a tutt'oggi.

154. Per le considerazioni sopra esposte, tenuto conto della gravità e durata della violazione, si ritiene che la sanzione debba essere quantificata in misura pari a 200.000 € (duecentomila euro).

155. Quanto all'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare le conseguenze dell'infrazione, nel caso di specie va considerato che il professionista, da un lato, ha interrotto la divulgazione del messaggio via internet oggetto di contestazione e, dall'altro, ha apportato solo delle modifiche marginali ai moduli contrattuali relativi all'offerta "*Jambo Vacation Club*". Inoltre, ha realizzato una modifica formale della modulistica relativa al "*Programma Ovunqueandrai*", per cui, ferma restando, sostanzialmente, l'impostazione originaria, il professionista si è limitato ad inserire una suddivisione, piuttosto artificiosa e difficilmente comprensibile per il consumatore, tra l'oggetto (principale) del contratto ed i servizi accessori facoltativi. Dette iniziative, pertanto, non sono significative sotto il profilo dell'attenuazione delle conseguenze dell'infrazione concernente la chiarezza delle offerte in esame e, dunque, non possono essere considerate quale circostanza attenuante.

156. Circa le condizioni economiche del professionista, si rileva che la società ha realizzato, per l'anno 2007, un fatturato di circa 3.893.000 euro, con utili corrispondenti a circa 3.000 euro. Sulla base di tali elementi, si ritiene congruo irrogare nel caso di specie una sanzione pari a 200.000 € (duecentomila euro) nei confronti della società Sagittario Distribuzioni S.r.l..

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta in quanto integrante, in primo luogo, una forma di comunicazione commerciale ingannevole, ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del codice del consumo, circa le caratteristiche principali ed il costo dei prodotti offerti dal professionista, nonché, in secondo luogo, una condotta aggressiva, ai sensi degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo, posta in essere nella fase dell'attività di post-vendita realizzata dal professionista al fine di ottenere dai consumatori delle somme non dovute in relazione al costo globale dei prodotti, e in particolare l'incasso di costi aggiuntivi, ulteriori rispetto al prezzo globale concordato;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettere a), b) e c), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Sagittario Distribuzioni S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che la società Sagittario Distribuzioni S.r.l. presenti, entro sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione nella quale siano illustrate le misure adottate per porre fine alla continuazione della pratica;

c) che alla società Sagittario Distribuzioni S.r.l. sia irrogata, in relazione all'infrazione di cui alla precedente lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro) .

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera c) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'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.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di

notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE <i>Luigi Fiorentino</i>	IL PRESIDENTE <i>Antonio Catricalà</i>
---	---