

## **PS1228 - ZENITH-FORMAZIONE PROFESSIONALE**

Provvedimento n. 20365

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 ottobre 2009;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

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);

VISTI gli atti del procedimento;

### **I. LE PARTI**

#### **Professionista:**

Zenith S.r.l. società attiva nel settore immobiliare su beni propri con sede a Sondrio, in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b) del Codice del Consumo.

#### **Segnalanti:**

Federconsumatori e Codacons, in qualità di associazioni di consumatori ed un consumatore.

### **II. LA PRATICA COMMERCIALE**

1. Il presente procedimento concerne il comportamento posto in essere da Zenith S.r.l., nella qualità di professionista, consistente nel diffondere, mediante annunci a mezzo stampa periodica gratuita in ambito locale, un'offerta al pubblico per svolgere attività lavorativa nel campo della pubblicità, in relazione al quale è stata ipotizzata la violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

2. Secondo i segnalanti, si ha evidenza di tali inserzioni, nella rubrica dedicata agli annunci di lavoro, nelle seguenti testate gratuite: "*La Pulce AFFARI*" n. 5, edizione Bologna della settimana del 4 febbraio 2008; "*Il Bò*", edizione Bologna e provincia del 17 marzo 2008; "*La Locandina*", edizione Firenze dal 2006 in poi (e ancora in corso al momento della segnalazione).

3. Il tenore di tali annunci è il seguente: "*IL MESTIERE CREATIVO Opportunità per giovani ... anche inesperti ma creativi previo training Libera professione - freelance TECNICO PUBBLICITARIO, ideazione, creazione e realizzazione campagne pubblicitarie ...055 2301206 ZENITH COMUNICAZIONE*".

4. Il comportamento in questione sarebbe idoneo ad indurre in errore il consumatore medio con particolare riferimento alle condizioni ed alle caratteristiche dell'offerta prospettata ed all'attività svolta dal professionista in quanto i suddetti annunci pubblicitari occulterebbero la proposta di iscrizione a carattere oneroso ad un corso di formazione, dissimulata da una proposta di lavoro.

### **III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE**

5. A seguito di alcune segnalazioni pervenute da due associazioni di consumatori, rispettivamente in data 21 aprile 2008 ed in data 21 luglio 2008, e da un consumatore - attraverso il *call center* - in data 9 dicembre 2008, è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio alla Zenith S.r.l., alla Federconsumatori, al Codacons ed al consumatore in data 13 maggio 2009.

6. Contestualmente alla predetta comunicazione di avvio, al fine di acquisire elementi conoscitivi utili alla valutazione circa la sussistenza della pratica commerciale scorretta, nel caso oggetto di analisi è stato chiesto al professionista, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Regolamento di fornire informazioni riguardanti:

- caratteristiche e condizioni di svolgimento dell'attività lavorativa proposta ai destinatari dei messaggi segnalati;
- modalità di diffusione degli annunci pubblicitari della Zenith S.r.l. e relativi contenuti e durata a far data dal mese di settembre 2007;
- numero di soggetti che hanno risposto agli annunci pubblicitari e numero di studenti che hanno frequentato il corso di "specializzazione" dal mese di settembre 2007;
- articolazione dei corsi di specializzazione ed, in particolare, programma, durata, calendario e costi degli stessi;
- moduli di iscrizione al corso di specializzazione e del "patto formativo";
- sussistenza di eventuali ulteriori obblighi, oneri o spese accessorie connesse all'accettazione dell'offerta prospettata;
- modalità di offerta e stipula dei contratti di finanziamento e relativi formulari;
- copia dell'attestato di frequenza e/o diploma finale;

- copia di contratti o accordi eventualmente intercorsi con soggetti che hanno risposto alle inserzioni in questione, da cui possa risultare il tipo di rapporto di committenza di lavoro, nonché il numero delle persone che hanno trovato un'occupazione presso la società Zenith S.r.l. o presso altri soggetti collegati con la stessa ovvero, in mancanza, la modulistica utilizzata dall'impresa per la formulazione delle suddette proposte di lavoro;

- esercizio del diritto di recesso;

- statuto e/o atto costitutivo dell'Eurocomm, Associazione pubblicitari europei.

**7.** Con memoria pervenuta in data 3 giugno 2009, il professionista ha rappresentato, in sintesi, quanto segue:

- i messaggi segnalati non propongono alcuna attività lavorativa all'interno di Zenith S.r.l. ma si offre l'opportunità, previo *training* di formazione professionale, di poter accedere alla libera professione *free-lance* come Tecnico Pubblicitario;

- la Zenith S.r.l. ha pubblicizzato la sua attività per mezzo di inserzioni, a moduli riquadrati, sempre su stampa locale, nelle pagine "Corsi e scuole" e non nelle colonne dedicate alle offerte di lavoro; inoltre, ha utilizzato l'affissione di manifesti, la distribuzione di locandine e volantini, nonché la diffusione di giornali della società stessa;

- la durata delle campagne pubblicitarie è finalizzata a raggiungere il numero di allievi necessari per costituire un corso a numero chiuso;

- coloro i quali rispondono agli annunci sono convocati, tutti insieme, presso gli uffici della società per spiegare loro come agisce la soc. Zenith, far compilare la scheda personale agli aspiranti partecipanti, rispondere ad una serie di domande volta a valutare l'effettivo interesse di ogni singolo soggetto per il campo della Comunicazione Pubblicitaria ed anche la predisposizione alla specializzazione in questo settore;

- solo dopo un'ulteriore conferenza, della durata di circa 45 minuti, sul tema "Creativi si nasce, pubblicitari si diventa" si procede ad un colloquio individuale al termine del quale, in caso di interesse, viene fissato un appuntamento, sempre presso gli uffici della società;

- nel corso di un ulteriore colloquio di circa 45 minuti, rappresentanti della società Zenith illustrano il programma del corso, la durata, il mese di inizio, il costo e le modalità di pagamento. Coloro i quali chiedono subito di essere iscritti, dopo aver preso visione delle clausole contrattuali e delle modalità di pagamento, firmano il modulo di iscrizione, previo ritiro del programma del corso e del materiale didattico, ed il Patto Formativo, una formalità interna della società;

- alcuni sono invitati, se lo desiderano, a far pervenire un modulo di preiscrizione, al ricevimento del quale sono nuovamente convocati presso gli uffici della società per l'iscrizione;

- in casi di problemi economici, il candidato può beneficiare di uno sconto di quasi il 50% sull'importo totale del costo; i fratelli o le coppie possono seguire il corso in due con un'unica iscrizione;

- il costo del corso era, a settembre 2007, pari ad euro 1820, a gennaio 2008 è stato aumentato ad euro 1950 (pagamento anche a rate, mensili o bimestrali) senza ulteriore obbligo, onere o spesa accessoria connessa all'iscrizione;

- non vi sono state persone assunte da Zenith S.r.l. né quest'ultima ha mai concluso alcun accordo con altre strutture per l'assunzione delle persone che contattano la società. Il professionista non possiede alcun tipo di modulistica per la formulazione di proposte di lavoro, in quanto l'attività della Zenith S.r.l. è solo quella di gestire corsi di specializzazione;

- il diritto di recesso è disciplinato ai punti 8 e 9 delle clausole contrattuali (il punto 9 riguarda i contratti perfezionati fuori dagli uffici, il punto 8 è una clausola valida per chi, pur avendo firmato il contratto presso Zenith, decide successivamente per la rescissione dello stesso).

**8.** Allegata alla memoria, il professionista ha fornito la seguente documentazione:

- pagine (sette) di alcuni periodici gratuiti, prive dell'indicazione della data di diffusione, che contengono annunci con testo uguale a quello segnalato ma nella sezione "corsi e scuole";

- pagine di periodici gratuiti, relativi agli anni 2003 (uno), 2005 (due), 2006 (due), febbraio ed aprile 2007 (due), che riportano il medesimo annuncio non inserito in alcuna particolare sezione del giornale;

- locandine, volantini e giornali divulgativi editi dal professionista stesso (sette), che pubblicizzano i corsi proposti con messaggi uguali a quello segnalato, ma non riportano alcuna indicazione temporale della loro diffusione;

- le copertine de "La Pulce Affari" del 23 novembre 2007 e de "La Pulce Idee & Affari" del 25 novembre 2007 dalle quali si evince che, a pagina due delle stesse riviste, compare un annuncio con testo analogo a quello rilevato nelle segnalazioni, inserito in un riquadro di pubblicità generica;

- una pagina de "La Locandina" dell'8 dicembre 2008 che riporta, nella sezione degli annunci di offerte di lavoro, il messaggio pubblicitario del professionista con lo stesso contenuto dei precedenti, salva l'indicazione preliminare "Corsi di formazione" al posto di "Il mestiere creativo".

**9.** Sulla base di rilevazioni effettuate in data 28 agosto 2009 sul sito [www.lalocandina.it](http://www.lalocandina.it), nel quale è reperibile l'archivio del periodico gratuito "La Locandina", risulta che, per il periodo compreso tra ottobre 2007 e luglio 2008, l'annuncio della Zenith S.r.l. compare nella rubrica delle offerte di lavoro con l'intestazione "Il Mestiere creativo" così come riscontrato sulla base delle segnalazioni.

Per il solo mese di agosto 2008, tale messaggio è stato incluso nella rubrica dedicata ai corsi professionali con la nuova intestazione "Corsi professionali" anziché l'intestazione "Il Mestiere Creativo".

Da settembre 2008 fino a febbraio 2009, l'annuncio è stato inserito, sempre con la nuova intestazione, nella rubrica degli annunci di lavoro.

**10.** In data 7 agosto 2009, è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

**11.** A seguito della comunicazione citata, la parte non ha prodotto memorie conclusive.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**12.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo stampa, in data 31 agosto 2009 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

**13.** Con parere pervenuto in data 29 settembre 2009, la suddetta Autorità ha ritenuto la pratica commerciale in esame scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- la proposta pubblicizzata - presentata sotto forma di offerta di lavoro per "Tecnico Pubblicitario" e rivolta a "giovani inesperti ma anche creativi" - ha ricadute sulla sensibilità di soggetti chiaramente individuati, stimolati dalla prospettiva di accedere ad un'opportunità di lavoro, ossia di eseguire un "mestiere creativo";

- i contenuti dell'inserzione pubblicitaria non sono esaurienti ed obiettivi e, comunque, non informano adeguatamente il consumatore medio, ossia "i giovani" interessati a tale proposta che, in realtà, non di attività lavorativa si tratta, bensì di un corso di formazione a pagamento, reclamizzato sotto forma di "opportunità previo *training* di formazione professionale", senza quindi fornire un'adeguata chiave di lettura per una scelta consapevole;

- nel messaggio, peraltro, vengono utilizzati termini come "*free-lance* previo *training*", che possono significare, nell'ambito dell'azienda, l'insegnamento di competenze specifiche per i propri dipendenti e/o collaboratori esterni (*free-lance*);

- il messaggio pubblicitario contestato, in quanto capzioso nella sua formulazione, presentazione e diffusione non è idoneo ad informare correttamente i destinatari sull'effettivo contenuto dell'offerta promossa, inducendoli a ritenere che rispondendo all'inserzione avrebbero trovato un'opportunità di lavoro e non invece l'iscrizione ad un corso a pagamento di formazione per tecnico pubblicitario;

- considerato il particolare mezzo di diffusione utilizzato dal professionista per reclamizzare la propria proposta commerciale, questa ha raggiunto un numero imprecisato di lettori, inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che altrimenti non avrebbero preso.

#### **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

**14.** La pratica commerciale oggetto di valutazione si sostanzia nella diffusione di inserzioni pubblicitarie - comparse, nelle diverse modalità descritte, dal mese di ottobre 2007 a febbraio 2009 (ad eccezione di agosto 2008) su alcuni periodici gratuiti di annunci in ambito locale - che appaiono prospettare un'offerta di lavoro, previa frequenza di un *training* finalizzato allo svolgimento dell'attività professionale di tecnico pubblicitario, piuttosto che un corso professionale a pagamento.

**15.** Le indicazioni contenute nei messaggi segnalati, relativamente all'offerta di lavoro per svolgere l'attività di tecnico pubblicitario, devono considerarsi ingannevoli. Infatti, l'inserzione di ricerca di personale per lo svolgimento di un'attività lavorativa, dietro presunto pagamento di corrispettivo, in realtà cela una vera e propria inserzione pubblicitaria di corsi, in quanto coloro che rispondono alla supposta proposta di lavoro dovrebbero frequentare un corso a pagamento, organizzato dal professionista.

**16.** L'idoneità ingannatoria degli annunci in esame si ingenera a partire dalle stesse modalità di presentazione dell'offerta: le risultanze istruttorie, infatti, evidenziano che i messaggi della Zenith S.r.l. compaiono nella rubrica dedicata alle offerte di lavoro di alcuni periodici gratuiti di inserzioni a tiratura locale, sebbene pubblicizzino corsi di formazione a pagamento.

**17.** Inoltre, anche le espressioni testuali e la grafica utilizzata per rendere più evidenti alcuni termini all'interno degli stessi messaggi ("**IL MESTIERE CREATIVO**", "*Opportunità per giovani ... anche inesperti ma creativi previo training*", "*Libera professione - freelance **TECNICO PUBBLICITARIO***"), risultano idonee ad indurre in errore i destinatari con riguardo alla possibilità di trovarsi di fronte all'opportunità di svolgere un'attività lavorativa, previa frequenza di un *training*.

**18.** Né vale ad eliminare i profili di decettività della proposta pubblicizzata la diffusione, almeno a far data dall'11 settembre 2008 e fino al mese di febbraio 2009, di una nuova inserzione di analogo contenuto ma che riporta l'intestazione "Corsi di formazione" e non "Il mestiere creativo" dal momento che tale annuncio, pur così modificato, continua a comparire nella rubrica delle offerte di lavoro.

**19.** Contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, la sussistenza di un possibile inserimento nel mondo del lavoro ad opera della Zenith S.r.l. appare addirittura rafforzata dalle risultanze istruttorie. Nella memoria del 3 giugno 2009, lo stesso professionista sostiene che: "[...] *non veniva proposta alcuna attività lavorativa all'interno di Zenith S.r.l. Si offriva l'opportunità, previa formazione professionale, di poter accedere alla libera professione free-lance come Tecnico Pubblicitario*" e nelle condizioni generali del contratto, riportate nell'atto di iscrizione al corso, all'articolo 7 - Finalità del corso è espressamente riportato che: "*Pur garantendo l'interessamento al fine di favorire sbocchi lavorativi*

professionali, la società Zenith declina la sua responsabilità in caso di mancata assunzione come dipendenti in advertising”.

**20.** I messaggi risultano, quindi, complessivamente strutturati e formulati in modo da indurre ragionevolmente i consumatori in cerca di occupazione ad intendere quanto pubblicizzato dalla società come un’offerta di lavoro – previo *training* – piuttosto che un’iscrizione ad un corso professionale a pagamento

**21.** Tale fuorviante circostanza esplica i suoi effetti ingannatori incidendo sul comportamento economico dei destinatari dei messaggi, in ragione del fatto che la preferenza, accordata dai consumatori alla proposta del professionista, discenda proprio dalle aspettative nutrite circa le prospettive professionali offerte. Il potenziale pregiudizio economico deriva, quindi, dalla falsa o comunque ingannevole prospettazione di tali opportunità.

**22.** La valenza decettiva dei messaggi in esame risulta particolarmente accentuata là dove si consideri che i destinatari degli stessi sono presumibilmente soggetti alla ricerca di un’occupazione professionale e quindi maggiormente vulnerabili ed esposti al rischio di cadere in errore a fronte di un’iscrizione ad un corso che viene presentata in termini di possibilità di inserimento nel mondo del lavoro<sup>1</sup>.

**23.** In tal modo, le condotte poste in essere da Zenith S.r.l. sono idonee ad influenzare indebitamente le scelte economiche del consumatore medio in relazione alla natura e alle caratteristiche dell’offerta prospettata dal professionista, in violazione dell’articolo 21, comma 1, lettere a) e b), del Codice del Consumo.

**24.** Inoltre, la circostanza che le inserzioni omettano di indicare il carattere oneroso del *training* comporta inevitabilmente che i soggetti raggiunti dai messaggi in questione siano indotti ad adottare una decisione commerciale non sufficientemente consapevole ed informata in relazione al carattere non gratuito del corso di formazione, in violazione dell’articolo 22 del Codice del Consumo.

**25.** Pertanto, secondo il consolidato orientamento di questa Autorità, confermato dalla giurisprudenza amministrativa<sup>2</sup>, ed alla luce delle considerazioni svolte, si ritiene che gli annunci in esame, celando sotto l’apparente veste di proposta di lavoro la frequenza ad un corso a pagamento, siano idonei ad indurre in errore il consumatore circa l’effettivo contenuto dell’offerta ed il suo carattere oneroso, in violazione degli articoli 21, comma 1, lettere a) e b), e 22 del Codice del Consumo.

**26.** Infine, si evidenzia che, ai sensi dell’articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, una pratica commerciale è scorretta “se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge od al quale è diretta”. Quanto alla contrarietà alla diligenza professionale, non si riscontra nel caso di specie da parte del professionista il normale grado di competenza e attenzione che ragionevolmente ci si può attendere, con riferimento alla completezza delle informazioni necessarie alla valutazione della convenienza dell’offerta. La contrarietà alla diligenza professionale si sostanzia nella mancanza di trasparenza delle informazioni fornite riguardanti la natura dell’offerta pubblicizzata, nonché le sue condizioni economiche. Tali informazioni, infatti, sono necessarie al consumatore per una piena cognizione della reale offerta del professionista. Il messaggio riportato nelle diverse inserzioni risulta pertanto idoneo a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio inducendolo a compiere una scelta commerciale non consapevole.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**27.** 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.

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.

**28.** Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame dell’ampiezza e della capacità di penetrazione della pratica che, in ragione delle modalità di diffusione, avvenuta a mezzo stampa, è suscettibile di aver raggiunto un numero significativo di destinatari.

Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, la pratica commerciale risulta diffusa per un periodo compreso tra ottobre 2007 e febbraio 2009 (eccetto agosto 2008).

**29.** Pertanto, si ritiene di irrogare alla società Zenith S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria pari ad euro 45.000 (quarantacinquemila euro).

**30.** Inoltre, si devono considerare le condizioni economiche del professionista, per garantire, ai sensi del richiamato articolo 11 della legge n. 689/81, la proporzionalità della sanzione alle risorse economiche dell’agente che, sulla base del bilancio disponibile relativo all’esercizio 2008, risulta aver registrato notevoli perdite.

**31.** Considerati tali elementi si ritiene di irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria determinata nella misura finale di 35.000 € (trentacinquemila euro).

<sup>1</sup> [Cfr. T.A.R. Lazio, sez. I, sentenza 9 aprile 2009 n. 3723]

<sup>2</sup> [Cfr. T.A.R. Lazio, sez. I, sentenze 1° luglio 2009 n. 6347 e 20 marzo 2007 n. 2414]

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 ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a) e b), e 22 del Codice del Consumo, in quanto vengono fornite informazioni ingannevoli ed omissive circa l'attività prestata dalla Zenith S.r.l.;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere da Zenith S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, lettere a) e b), e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società Zenith S.r.l. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 35.000 € (trentacinquemila euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) 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.

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  
*Luigi Fiorentino*

IL PRESIDENTE  
*Antonio Catricalà*