

**PS11064 - OMNIA 24-GOOGLE MY BUSINESS**

*Provvedimento n. 27403*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 ottobre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTO il proprio provvedimento del 13 luglio 2018, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LE PARTI**

1. Omnia 24 S.r.l. (di seguito Omnia 24) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18 lettera b), del Codice del Consumo. La società opera nel settore dei servizi di raccolta pubblicitaria e del posizionamento delle imprese sui motori di ricerca. Dal conto economico al 31 dicembre 2017 risulta che la società ha realizzato ricavi pari a circa 3,5 milioni di euro.

2. Due consumatori titolari di microimprese, resi parti del procedimento ai sensi dell'art. 10 del Regolamento.

**II. LA PRATICA COMMERCIALE**

3. Il procedimento concerne la scorrettezza di alcune condotte realizzate dal professionista nei confronti di microimprese, consistenti:

- nel vanto di una certificazione, quale "*Google partner*", ottenuta da Google, veicolata attraverso il canale telefonico ed il sito internet (*www.omnia24web.com*);

- nel fornire, principalmente attraverso il canale telefonico, informazioni ingannevoli circa le caratteristiche e le condizioni economiche del servizio offerto, prospettando la fornitura a pagamento di un servizio gratuito quale invece è '*Google My Business*', senza specificare le effettive caratteristiche della propria attività di gestione ed implementazione di servizi di web marketing relativi anche allo stesso '*Google My Business*'.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) *L'iter del procedimento*

4. In relazione alla condotta sopra descritta, il 29 marzo 2018<sup>1</sup> è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti di Omnia 24, al fine di verificare l'ipotesi di una violazione degli articoli 21, 22 e 23, lettera b), del Codice del Consumo, in quanto il professionista avrebbe omesso o riportato in maniera ingannevole e non veritiera, nel sito Internet ([www.omnia24web.com](http://www.omnia24web.com)) e attraverso i propri operatori telefonici, informazioni rilevanti circa le caratteristiche e le effettive condizioni economiche del servizio Internet "Google My Business", vantando anche certificazioni di fatto inesistenti, inducendo così in errore le microimprese e facendo loro assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

5. In particolare, in sede di avvio d'istruttoria è stato contestato il fatto che, attraverso gli operatori di call center e il sito internet, la società avrebbe diffuso affermazioni di appartenenza al programma "Google partner" e sostenuto di avere la relativa certificazione, lasciando erroneamente intendere di essere legata da un rapporto di *partnership* con Google. E' stato, altresì, rilevato che la società avrebbe diffuso informazioni fuorvianti sulle condizioni economiche dei servizi offerti, prospettando come a pagamento il servizio 'Google My Business', in realtà gratuito.

6. Con comunicazioni del 26 aprile 2018 e 4 luglio 2018, due titolari di microimprese sono stati resi Parti dell'istruttoria, a seguito delle relative istanze avanzate rispettivamente l'11 aprile 2018 e il 22 giugno 2018<sup>2</sup>.

7. Il 19 aprile 2018 Omnia 24 ha prodotto le memorie difensive<sup>3</sup>.

8. Con atto del 6 giugno 2018 è stato richiesto al professionista, ai sensi dell'art. 27, comma 5, del Codice del Consumo, e dell'art. 15, del Regolamento, di fornire prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto connessi alla pratica commerciale oggetto di istruttoria<sup>4</sup>.

9. Il 21 e il 22 giugno 2018 Omnia 24 ha trasmesso documentazione integrativa delle memorie e ha risposto all'attribuzione dell'onere della prova del 6 giugno 2018<sup>5</sup>.

10. Il 3 luglio 2018 sono state rivolte ulteriori richieste di informazioni al professionista che ha risposto il 18 luglio 2018<sup>6</sup>.

11. Il 13 luglio 2018 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento<sup>7</sup>.

12. Il 3 agosto 2018 sono state estratte alcune pagine web dal sito internet del professionista, e di alcuni siti di altri partner di Google, nonché le pagine dalla piattaforma di Google, circa le modalità e le procedure necessarie per ottenere la certificazione *AdWords* propedeutica a ottenere il riconoscimento di "Google Partner"<sup>8</sup>.

---

<sup>1</sup> Doc. 8.

<sup>2</sup> Docc. nn. 10, 12 e docc. nn. 27 e 31.

<sup>3</sup> Doc. 11 e relativi allegati.

<sup>4</sup> Doc. 19.

<sup>5</sup> Docc. n. 25 e 26.

<sup>6</sup> Docc. nn. 29 e 36.

<sup>7</sup> Docc. nn. 34, 35 e 37.

<sup>8</sup> Docc. nn. 39 e 40.

13. Il 29 agosto 2018 è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria<sup>9</sup>.
14. Il 17 settembre 2018 Omnia 24 ha trasmesso le memorie conclusive<sup>10</sup>.
15. Il 20 settembre 2018 è stata trasmessa la richiesta di parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito AGCOM), ai sensi dell’art. 27, comma 6, del Codice del Consumo e dell’art. 1, comma 6, lettera c), n. 9, della Legge n. 249 del 1997<sup>11</sup>.
16. Il 22 ottobre 2018 è pervenuto il parere dell’AGCOM.

## 2) *Le evidenze acquisite*

17. Le pagine web acquisite d’ufficio al momento dell’avvio dell’istruttoria riportano: “*Siamo iscritti al Programma Google Partner, e collaboriamo con agenzie, professionisti del settore ed esperti online qualificati e certificati da Google, con l’obiettivo di aiutarti nel modo migliore per gestire la tua pubblicità online*”, lasciando intendere di aver conseguito la qualifica e la relativa certificazione, di “*Google partner*”, in realtà non possedute<sup>12</sup>.
18. Dalle ricerche effettuate sulle pagine ufficiali dei Google Partner è emerso che il professionista non risultava incluso tra i soggetti iscritti al programma che avevano ottenuto la certificazione del motore di ricerca.<sup>13</sup>
19. Dalle ricerche svolte risultava, inoltre, che i partner effettivi di Google riportano nei rispettivi siti web il bottone con il logo di “*Google*”, quale badge di riconoscimento che rappresenta l’elemento qualificante per i soggetti realmente dotati della certificazione di partner, in quanto reindirizza direttamente alla lista dei partner, contenuta nella piattaforma dei “*Google Partner*”.<sup>14</sup>
20. Diversamente, il bottone che riporta il logo di “*Google Partner*”, rinvenuto nella pagina web del sito di Omnia 24, non consentiva il collegamento automatico alla pagina ufficiale in cui vi è l’elenco dei soggetti certificati quali “*Google Partner*”.<sup>15</sup>
21. Dalla documentazione in atti risulta che gli operatori del call center, che hanno agito per conto del professionista, hanno presentato la società come “*Google partner Omnia 24*”. Sussistono agli atti, infatti, due trascrizioni di registrazioni telefoniche effettuate da due segnalanti, da cui risulta che gli operatori indicano il professionista come “*società Google Partner 24*”.<sup>16</sup>
22. La documentazione in atti acquisita d’ufficio evidenzia che il riconoscimento di “*partner*” è assoggettato a determinati requisiti richiesti dal programma ‘*Google Partners*’, tra l’altro in termini

---

<sup>9</sup> Docc. nn. 41,42 e 43.

<sup>10</sup> Doc. 44.

<sup>11</sup> Doc. 45.

<sup>12</sup> Docc. 5, 6 e 7.

<sup>13</sup> Doc. 7: estrazione d’ufficio di alcune pagine web del 20 marzo 2018 (indirizzo [https://www.google.com/partners/#a\\_home](https://www.google.com/partners/#a_home)) da cui risulta che nella lista dei partner di Google non esiste alcuna società con la denominazione di Omnia 24 s.r.l.

<sup>14</sup> Doc. 7: estrazioni effettuate in data 20 marzo 2018, pagg. 4-5.

<sup>15</sup> Doc. 7: estrazioni effettuate in data 20 marzo 2018, pagg. 7 e 8 e Doc. 39: Estrazione del 2 e 3 agosto 2018 da cui risulta che il bottone col logo e il marchio di Google collocato nel sito della società Omnia 24 rappresenta un badge fittizio perché non consente l’atterraggio alle pagine web dell’elenco dei partner ufficiali di Google.

<sup>16</sup> Doc. 3, all. 1: registrazione conversazione telefonica del 12.06.2017 ore 12.00 -13.00 circa, trascritta e allegata ad una delle segnalazioni e Doc. 20, all. 4, registrazione telefonica prodotta da uno dei segnalanti, Parte del procedimento: “Mi conferma la sua volontà ad attivare un abbonamento con la società Google Partner 24 per il prodotto di Google My Business ad euro 249 l’anno per la società [.....] di cui lei è il titolare?”.

di numero di persone in azienda dotate della certificazione *AdWords*, nonché di rendimento economico, misurato attraverso la spesa e il portafoglio dei clienti negli ultimi diciotto mesi<sup>17</sup>.

23. La società ha confermato nella propria memoria difensiva del 19 aprile 2018 che al momento dell'avvio del procedimento era iscritta al "*Programma Google Partner*", in attesa della certificazione di partner, ottenuta successivamente all'avvio. In risposta all'attribuzione dell'onere della prova Omnia24 ha prodotto un certo numero di contratti e di fatture relative all'abbonamento al servizio stipulati con persone fisiche titolari di microimprese, da cui risulta il logo di Google e la dicitura "*Iscritta al programma Google Partner*"<sup>18</sup>, nonché uno *screenshot* per sostenere l'avvenuto conseguimento della qualifica di partner di Google, scarsamente leggibile, in cui appare riportata l'indicazione "*Google Partner*".<sup>19</sup> Tuttavia, Omnia 24 dalle estrazioni effettuate non risulta essere tuttora dotata del Badge che certifica la qualifica di "*Partner*".

24. Quanto alle modalità con cui vengono presentati i servizi offerti dal professionista, le evidenze acquisite indicano come esso non abbia distinto adeguatamente il servizio "*Google My Business*", offerto gratuitamente da Google, da quello proprio, a pagamento, di assistenza nella gestione dell'account My Business del cliente. La già citata telefonata di un segnalante riporta ad esempio la seguente domanda formulata dall'operatore del call center: "*Mi conferma la sua volontà ad attivare un abbonamento con la società Google Partner 24 per il prodotto di Google My Business ad euro 249 l'anno per la società [.....] di cui lei è il titolare?*".

25. A esito della comunicazione di attribuzione dell'onere della prova, la società non ha prodotto script o direttive interne per dimostrare quale tipo di informazioni gli operatori telefonici di Omnia 24 forniscono ai clienti potenzialmente interessati al servizio "*Google My Business*".

26. Agli atti risulta che il volume delle vendite del servizio di assistenza a "*Google My Business*", realizzato nel 2017 e nei primi due mesi del 2018, è di [5.000-7.500] \*contratti, mentre il valore è stato di [1.300.000-2.200.000] euro<sup>20</sup>.

---

<sup>17</sup> Docc nn. 39 e 40: estrazioni d'ufficio del 3 agosto 2018 dal sito di Google sulle modalità e le procedure da seguire per ottenere la qualifica di Partner di Google. Una volta che una determinata azienda ha aderito al programma gratuito Google Partners, è possibile conseguire l'idoneità per ottenere lo stato di partner di Google. Il raggiungimento dello stato di partner indica che l'azienda interessata ha dimostrato capacità e competenza su AdWords, che ha soddisfatto i requisiti di spesa pubblicitaria su Google e che ha favorito una crescita delle entrate proprie e del cliente, nonché ha mantenuto ed ampliato la sua base di clienti. Lo stato di partner offre all'azienda numerosi vantaggi, ad esempio il badge Google Partner, che si può inserire sul sito web e nei materiali di marketing.

I requisiti richiesti per ottenere uno dei due tipi di badge (badge Google Partner e badge Premier Google Partner, quest'ultimo rilasciato da Google per dare un riconoscimento alle aziende più importanti che hanno una spesa maggiore e che soddisfano ulteriori requisiti di certificazione e rendimento), riguardano: 1) la creazione del profilo aziendale; 2) avere un membro affiliato (due per il badge Premier) dell'azienda con la certificazione AdWords per dimostrare che i membri dell'azienda hanno una conoscenza avanzata del sistema Adwords (ai fini dell'ottenimento del badge, le persone in possesso della certificazione devono condividere i dati del proprio account Academy for Ads); 3) soddisfare determinati requisiti di spesa (maggiori per il badge Premier) negli ultimi 90 giorni per tutti gli account gestiti; 4) soddisfare requisiti di rendimento in termini di entrate complessive, crescita e ampliamento della base dei clienti. In particolare, Google Partners valuta negli ultimi 18 mesi gli account clienti collegati all'account amministratore dell'azienda iscritta al programma; inoltre, il monitoraggio da parte di Google sull'attività di spesa collegata all'account amministratore aziendale dura almeno 12 mesi.

<sup>18</sup> Doc. 26, all. 6, relativo ai contratti ed alle fatture emesse.

<sup>19</sup> Doc. n. 11, all. n. 2, doc. n. 25, all. 9 e doc. 36: atti difensivi della società.

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

<sup>20</sup> Doc. 25, all. n. 5.

27. Agli atti risultano alcuni contratti stipulati con persone fisiche, titolari di microimprese, nonché alcuni ricorsi per decreti ingiuntivi avverso clienti che hanno aderito al servizio per via telefonica.

### **3) Le argomentazioni difensive del professionista**

28. Con le memorie trasmesse il 19 aprile, 21 e 22 giugno, nonché 18 luglio e, infine, il 17 settembre 2018<sup>21</sup>, Omnia 24 ha dichiarato quanto segue:

- in via preliminare il servizio pubblicizzato è rivolto esclusivamente a clienti in possesso di Partita IVA che, operando nell'ambito professionale, non sarebbero qualificabili come “consumatori” ai sensi del Codice del Consumo<sup>22</sup>;
- nel merito delle contestazioni, la società si è sempre correttamente qualificata come “iscritta al programma Google partner”, essendo in attesa di ottenere la certificazione di “Google Partner”;
- l'iscrizione al programma è avvenuta l'8 aprile 2017, mentre la certificazione è stata ottenuta il 15 aprile 2018, da un dipendente, previo superamento di un esame;
- Google non rilascia alcuna certificazione e/o attestazione al riguardo<sup>23</sup>.
- gli incaricati del call center sono stati oggetto di richiamo affinché precisino meglio l'esatta qualifica della società e la natura dell'attività svolta;
- il servizio offerto da Omnia 24 non è costituito dal servizio *Google My Business* in sé, ma dall'assistenza al cliente nella pubblicizzazione della propria attività professionale attraverso lo spazio web del portale di Google e nella creazione e gestione della scheda su My Business.

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

29. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, con comunicazione del 20 settembre 2018 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

30. Con parere pervenuto in data 22 ottobre 2018, la suddetta Autorità ha espresso il proprio parere nel senso che il mezzo internet - attraverso cui il professionista ha veicolato le informazioni relative alla propria qualifica e alle proprie offerte - rappresenta una rete di comunicazione globale, idonea ad influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto di parere.

## **V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

31. In via preliminare non è accoglibile l'eccezione sollevata dal professionista riguardo al *target* dei destinatari delle Comunicazioni commerciali contestate, secondo cui essi non sarebbero qualificabili come “consumatori”, secondo la definizione del Codice del Consumo, perché la maggior parte dei clienti contrattualizzati sono titolari di Partita IVA.

32. Contrariamente a quanto eccepito dal professionista, si rileva che l'ambito di applicazione della normativa in materia di pratiche commerciali scorrette include non solo le relazioni tra professionisti e consumatori (intesi come persone fisiche che agiscono per fini che non rientrano

---

<sup>21</sup> Docc. nn. 11, 25, 26, 36 e 44 e relativi allegati.

<sup>22</sup> Doc. 44.

<sup>23</sup> Docc. 11, 25, all.9, e 36.

nel quadro della loro attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, ex art. 18, comma 1, lettera a), del Decreto Legislativo n. 206/05, recante il Codice del Consumo) ma anche i rapporti commerciali “tra professionisti e microimprese”, definite come “entità, società o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un’attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro [...]”, ai sensi dell’art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del suindicato Decreto.

33. Nel caso di specie, i contratti forniti dallo stesso professionista dimostrano che sono intercorse relazioni commerciali tra Omnia 24 e i titolari di ditte e/o di studi professionali intestati a singole persone fisiche<sup>24</sup> che, pur essendo dotate di Partita IVA, svolgono attività riconducibili ad una microimpresa.

34. Nel merito delle condotte esaminate, il presente provvedimento ha ad oggetto la violazione da parte di Omnia 24 S.r.l. degli artt. 21, 22, e dell’art. 23, lettera *b*), del Codice del Consumo, in relazione alla condotta posta in essere dal professionista circa le affermazioni diffuse, a mezzo internet (indirizzo [www.omnia24web.com](http://www.omnia24web.com)) ed attraverso il canale telefonico, riguardo la qualifica di “Google Partner” ed il vanto di certificazioni di fatto inesistenti. L’accertamento riguarda altresì le caratteristiche e le effettive condizioni economiche dei servizi offerti, tenuto conto che la società, non chiarendo adeguatamente l’attività svolta, appare prospettare come a pagamento un servizio in realtà gratuito, quale è *Google My Business*.

35. In primo luogo, la società Omnia 24 afferma sul sito internet che “Siamo iscritti al Programma Google Partner” e riporta il logo di ‘Google Partner’, mentre attraverso i propri operatori telefonici si qualifica come “società Google partner (Omnia) 24”. L’informativa sulla propria qualifica in tal modo veicolata lascia intendere che la società sia un soggetto qualificato e certificato dal noto motore di ricerca, dotata della necessaria autorizzazione per utilizzare il relativo marchio di qualità.

36. In realtà, diversamente da quanto prospettato telefonicamente e nel sito internet, la documentazione in atti dimostra che, al momento dell’avvio dell’istruttoria, Omnia 24 non rientrava tra i soggetti qualificabili come “Google Partner” in quanto priva della relativa certificazione che, per stessa ammissione della società, sarebbe stata ottenuta nelle more istruttorie<sup>25</sup>. Né la locuzione “iscritti al Programma Google Partner” chiarisce la reale qualifica del professionista, in quanto il destinatario della comunicazione non è in grado di distinguere la differenza tra “iscritto” al programma, in attesa della certificazione, e “Google partner” effettivo, in quanto tale approvato da Google.

37. All’esito dell’attribuzione dell’onere della prova, Omnia 24 non ha fornito, peraltro, evidenze volte a dimostrare l’avvenuto riconoscimento dalla società Google della qualifica di “Partner Google”. Secondo le dichiarazioni prodotte in atti, la società avrebbe conseguito la suindicata certificazione nelle more del procedimento istruttorio, ossia nel mese di aprile 2018. In realtà, le

---

<sup>24</sup> Doc. 26, all. n. 6.

<sup>25</sup> Doc. 7: pagine ufficiali del programma Google Partner.

dichiarazioni non risultano suffragate da documentazione comprovante che il professionista sia fornito del badge di Google necessario per essere inserito nell'elenco ufficiale dei Partner<sup>26</sup>.

38. Le verifiche effettuate d'ufficio attestano al riguardo che Omnia 24 riporta sul proprio sito un bottone recante il logo di "Google partner" che rappresenta un badge fittizio, in quanto non consente all'utente di atterrare nelle pagine web della piattaforma di Google con la lista dei partner ufficiali<sup>27</sup>.

39. In secondo luogo, dalla documentazione in atti emerge che Omnia 24 fornisce a pagamento l'assistenza tecnologica per l'utilizzo dello spazio web dedicato sulla piattaforma di "Google My Business" in cui è rinvenibile la scheda commerciale del cliente (realizzazione del profilo, registrazione on line, caricamento della vetrina, geo localizzazione dell'attività).

40. il professionista, tuttavia, non risulta avere promosso correttamente, principalmente attraverso il canale telefonico, i propri servizi, lasciando intendere di offrire direttamente il servizio "Google My Business", prospettandolo a pagamento quando in realtà esso in quanto tale è gratuito. All'esito dell'attribuzione dell'onere della prova Omnia 24 non ha fornito evidenza delle modalità di presentazione della propria attività attraverso il canale telefonico. Infatti, non sono stati prodotti le direttive e gli script forniti dalla società agli operatori di call center. Pertanto, non risulta provato che la società abbia fornito ai potenziali clienti informazioni corrette sulle modalità e le condizioni di fruizione del servizio da essa offerto di gestione delle schede individuali sul portale Google My Business.

41. In base alle sopra esposte considerazioni, Omnia 24, omettendo o riportando in maniera ingannevole e non veritiera informazioni rilevanti circa la propria qualifica quale "Google partner" e le caratteristiche e le condizioni economiche del servizio offerto, confuso con quello "Google My business", ha indotto in errore i destinatari delle proprie comunicazioni commerciali, inducendoli ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

42. In conclusione, alla luce delle risultanze istruttorie e delle considerazioni che precedono, la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 21, 22, nonché 23, lettera b), del Codice del Consumo.

## VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

43. Ai sensi dell'art. 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

44. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 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.

45. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della pratica posta in essere dal professionista caratterizzata da significative carenze informative in ordine

---

<sup>26</sup> Doc. n. 36: risposta della società del 18-7-2018 alla richiesta di informazioni del 3-7-2018, in cui Omnia 24 dichiara di aver ottenuto la certificazione di partner, senza dimostrarlo, il 15-4-2018.

<sup>27</sup> Doc. 39: Estrazione del 2 e 3 agosto 2018.

all'attività svolta e al conseguimento di una indimostrata certificazione rilasciata da uno dei maggiori attori, come Google, operanti sulla rete Internet, in mercati che risultano in rapido sviluppo e ad alto contenuto tecnologico.

46. Si sottolinea, altresì, il fatto che la condotta contestata ha avuto un'ampia diffusione, in considerazione del fatto che il servizio “*Google My Business*” è stato promosso da Omnia 24 attraverso una pluralità di mezzi di comunicazione quali la rete internet e il canale telefonico.

47. Si osserva, inoltre, la particolare asimmetria informativa esistente tra il professionista e i soggetti a cui sono state rivolte le comunicazioni oggetto del presente provvedimento, per cui l'obbligo di completezza e chiarezza delle informazioni veicolate si presenta particolarmente stringente.

48. Si deve infine tener conto del rilevante pregiudizio economico subito da coloro che sono stati raggiunti dalle comunicazioni e che poi hanno aderito al servizio, dovuto al corrispettivo richiesto dalla società Omnia 24, anche attraverso l'emissione di decreti ingiuntivi per il recupero di somme pretese a titolo di fruizione di servizi che, in alcuni casi, non sono stati mai fruiti.

49. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere da Omnia 24 S.r.l. almeno dal mese di giugno 2017<sup>28</sup> e risulta tuttora in corso<sup>29</sup>.

50. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Omnia 24 S.r.l. nella misura di 150.000 € (centocinquantamila euro).

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 artt. 21, 22, nonché art. 23, lettera *b*), del Codice del Consumo in quanto idonea, mediante la prospettazione di informazioni ingannevoli e omissive sulle qualifiche dell'impresa e sulle caratteristiche dell'attività svolta, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico delle microimprese destinatarie in relazione ai servizi offerti e promossi dal professionista;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Omnia 24 S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 21, 22, nonché art. 23, lettera *b*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Omnia 24 S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 150.000 € (centocinquantamila euro);

---

<sup>28</sup> Docc. n. 3, all. 1 e n. 4 all. 1. Si tratta rispettivamente della trascrizione letterale della telefonata registrata il 12-6-2017, e del contratto stipulato in pari data dal segnalante e dal professionista.

<sup>29</sup> Doc. 39 per quanto concerne la pubblicità su Internet attualmente in diffusione.



c) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di home-banking e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet [www.agenziaentrate.gov.it](http://www.agenziaentrate.gov.it).

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

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

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE *f.f.*  
*Gabriella Muscolo*

---